



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

Proyecto de Innovación y Mejora de la Calidad Docente

Convocatoria 2015

Nº 120

Utilización de la red social LinkedIn con fines académicos y profesionales para
estudiantes del Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras

Frank Babinger

Facultad de Comercio y Turismo

Análisis Geográfico Regional y Geografía Física

1. Objetivos propuestos en la presentación del proyecto

Los objetivos generales fueron la creación de un perfil específico del Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras en LinkedIn y un grupo asociado.

Como objetivos específicos se tenían:

- La difusión del perfil y del grupo entre los profesores que imparten en el máster, ampliable a todos los profesores que tengan intereses concordantes en la Universidad Complutense de Madrid.
- La difusión a los estudiantes actuales para que pudieran beneficiarse de los contactos existentes.
- La difusión a los antiguos estudiantes del máster mediante invitaciones específicas que los unía al máster que estudiaron.
- La difusión, por el propio funcionamiento de la red, a otros profesionales que comparten las mismas inquietudes.
- Al grupo podían agregarse tanto profesores como alumnos, a la vez que está abierto a cualquier persona para enriquecer el conocimiento mutuo y el flujo de información y de ideas.

El objetivo ha sido poder utilizar el mismo como un canal de comunicación permanente con nuevos y antiguos alumnos, donde se colgarán noticias, informes y otra información de interés y que pudiera servir además como una vía adicional de posibles ofertas de empleo para los alumnos al mejorar su red de contactos.

- La utilización de la red como plataforma de alumnos, de manera que se podía contactar con todos los alumnos de anteriores promociones y se tuviera una base de datos actualizada.

Con ello se han podido organizar actividades anuales como programas de continuidad y también una mesa redonda con alumnos para que contaran su trayectoria profesional a los alumnos nuevos.

- La consecución de una red profesional de alumnos nuevos y antiguos, profesores, profesionales, instituciones y empresas que amplíe los contactos de todos ellos y redunde en una nueva forma de aplicar las redes sociales a las enseñanzas de másteres profesionales.

Como objetivos adicionales se tenían dos actividades de difusión del proyecto:

- Participación en el Focus Group Meeting del Mastermind Project en Ámsterdam los días 24 y 25 de septiembre.
- Organización de Jornadas abiertas sobre la Utilización de la red social LinkedIn con fines académicos y profesionales para estudiantes del Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras a celebrar en la Facultad de Comercio y Turismo a mediados de noviembre.

2. Objetivos alcanzados

En general se puede afirmar que se han cumplido los objetivos propuestos ya que se ha creado el perfil específico del Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras en LinkedIn, además de un grupo asociado al mismo.

Asimismo se han cumplido los objetivos específicos:

- Se han difundido el perfil y el grupo entre los profesores que imparten en el máster y se ha dejado abierto para que otros profesores, que tengan intereses concordantes en la Universidad Complutense de Madrid, puedan adherirse. Por la dinámica de la red es de esperar que más profesores se incorporen.
- Se ha difundido a los estudiantes actuales del máster con el fin que puedan beneficiarse de los contactos existentes. Casi todos los estudiantes actuales se han adherido a la red, por lo que se ha cumplido este objetivo sin mayor problema.
- Se ha difundido a los antiguos estudiantes del máster mediante invitaciones específicas que los unía al máster que estudiaron. Este objetivo se cumplió rebasando las expectativas, puesto que a través de la propia red se ha podido localizar a antiguos alumnos de los que no se tenían datos de contacto.
- Por el propio funcionamiento de la red y su dinamismo, otros profesionales que comparten las mismas inquietudes se han ido incorporando a la red, que cuenta actualmente con más de 150 miembros.
- Al grupo podían agregarse tanto profesores como alumnos, a la vez que sigue estando abierto a cualquier persona con el fin de enriquecer el conocimiento mutuo y el flujo de información y de ideas. El objetivo ha sido poder utilizar el mismo como un canal de comunicación permanente con nuevos y antiguos alumnos, donde se colgaban y cuelgan noticias, informes y otra información de interés. Además, sirve como una vía adicional de posibles ofertas de empleo para los alumnos al mejorar su red de contactos.
- Se ha utilizado la red como plataforma de alumnos, de manera que se ha podido contactar con casi todos los alumnos de anteriores promociones lo que ha permitido tener una base de datos actualizada. Con ello se han podido organizar actividades anuales como programas de continuidad y también una mesa redonda con alumnos para que contaran su trayectoria profesional a los alumnos nuevos.
- Se ha conseguido la construcción de una red profesional de alumnos nuevos y antiguos, profesores, profesionales, instituciones y empresas que amplía los contactos de todos ellos y redundante en una nueva forma de aplicar las redes sociales a las enseñanzas de másteres profesionales.

Sin embargo, los objetivos adicionales, concretados en dos actividades de difusión del proyecto solamente se han podido cumplir en parte debido al importante recorte presupuestario sufrido.

- No se ha podido participar en el Focus Group Meeting del Mastermind Project en Ámsterdam los días 24 y 25 de septiembre.

- En vez de organizar unas Jornadas abiertas sobre la utilización de la red social LinkedIn con fines académicos y profesionales para estudiantes del Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras a celebrar en la Facultad de Comercio y Turismo, se ha organizado una conferencia titulada “Claves para capitalizar LinkedIn en el desarrollo de la carrera profesional”, impartida por Alex López, reconocido experto en la red. La conferencia ha tenido un notable éxito con la presencia de numerosos alumnos y profesores, casi 100 en total, por lo que está prevista su repetición en cursos venideros.

Finalmente habría que mencionar que el perfil del Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras ha tenido una gran aceptación, creando una extensa red profesional en un espacio de tiempo muy limitado. Por ello se considera que el objetivo principal se ha cumplido, sobrepasando las expectativas.

Por el contrario, y como corroboró también Alex López, experto que impartió la conferencia sobre LinkedIn, el sistema de intercambio de materiales e ideas en los grupos no funciona de manera adecuada, ni satisfactoria.

3. Metodología empleada en el proyecto

La metodología siguió lo esbozado en los objetivos:

1. Creación de un perfil específico del Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras en LinkedIn con un grupo asociado.
2. Difusión del perfil y del grupo entre los profesores que imparten en el máster, ampliable a todos los profesores que tengan intereses concordantes. Para ello se enviaron correos con los enlaces y direcciones correspondientes.
3. Difusión a los estudiantes actuales para que pudieran beneficiarse de los contactos existentes. Para ello se enviaron correos con los enlaces y direcciones correspondientes.
4. Difusión a los antiguos estudiantes del máster mediante invitaciones específicas que los unían al máster que estudiaron. Para ello se enviaron correos con los enlaces y direcciones correspondientes a aquellos estudiantes cuyos datos se conocían.
Además se ha procedido a la búsqueda activa de antiguos alumnos en LinkedIn y otras redes sociales (Facebook, Twitter, etc.).
5. Difusión, por el propio funcionamiento de la red, a otros profesionales que compartan las mismas inquietudes. En este caso se ha confiado acertadamente en la propia inercia de la red para ampliar los contactos.
6. Utilización de la red como canal de comunicación permanente con nuevos y antiguos alumnos, donde se colgaron noticias, informes, publicaciones y otra información de interés. Ello con el fin que pudiera servir además como una vía adicional de posibles ofertas de empleo para los alumnos al mejorar su red de contactos.
7. Utilización de la red como plataforma de alumnos, de manera que se pudiera contactar con todos los alumnos de anteriores promociones con el fin de tener una base de datos actualizada. Con ello se pueden organizar actividades anuales como programas de continuidad, además de una mesa redonda con exalumnos para que cuenten su trayectoria profesional a los alumnos nuevos.
8. Organización de una conferencia titulada “Claves para capitalizar LinkedIn en el desarrollo de la carrera profesional”, impartida por Alex López, reconocido experto en la red, que mostró los beneficios de pertenecer a la red y que tuvo una muy buena acogida por parte de los asistentes.

4. Recursos humanos

Se ha contado con los recursos humanos que se consignaron en la solicitud. En este sentido, el Grupo se componía de los siguientes miembros que han participado en varios PIMCD's de convocatorias anteriores y que son profesores activos en el Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras desde hace varios años.

Los miembros fueron:

- Frank Babinger, coordinador del Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras, tutor de Trabajos Fin de Máster (TFM) y miembro del tribunal calificador de los mismos. Ha participado en numerosos PIMCD y ha sido responsable de uno en la convocatoria 2014;
- José Eugenio Castañeda Muñoz, profesor del Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras y tutor de TFM, además de profesor, tutor de TFM y miembro de los tribunales de los mismos del Máster en Comercio Electrónico de la Facultad de Comercio y Turismo;
- Victoria de las Heras Jiménez, tutora de TFM y del Business Game, instaurado en el curso anterior, y profesora del Máster;
- Araceli Maseda Moreno, tutora de TFM y profesora del Máster;
- Lourdes Susaeta Erburu, tutora de TFM y profesora del Máster. Ha participado en varios PIMCD.

Los miembros procedían de diferentes Departamentos -Análisis Geográfico Regional y Geografía Física, Derecho Civil, Economía financiera y Contabilidad II (Contabilidad) y Organización de Empresas- adscritos a dos Facultades diferentes -Comercio y Turismo y Ciencias Económicas y Empresariales- representando así la interdisciplinariedad inherente al Máster.

El profesor Babinger se encuentra entre el 15% de los profesores mejor valorados en la actividad docente de la Universidad Complutense de Madrid en la convocatoria 2008/2009 y habiendo obtenido sendas evaluaciones muy positivas en la convocatoria 2013/2014. Además ha participado en nueve PIMCD entre 2005 y 2014, ocho de ellos publicados por la Universidad Complutense de Madrid.

El profesor Castañeda se distingue por elaborar encuestas de calidad a los alumnos del máster desde hace varios años, cuyos resultados comparte con la coordinación del Máster para la mejora de la calidad del mismo.

La profesora Maseda ha sido evaluada positivamente tanto en el Máster, como en el Grado de Turismo en la convocatoria 2013/2014.

La profesora Susaeta ha participado en el PIMCD sobre "Mejora de la empleabilidad de los alumnos del Grado en ADE" en la convocatoria de 2010 y ha presentado el PIMCD "Aplicación del método del caso en el área de administración y dirección de empresas", dirigido por la profesora Paloma Almodóvar en la Jornada de buenas prácticas en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales: PIMCD, celebrada el 8 de abril de 2014.

5. Desarrollo de las actividades (Máximo 3 folios)

Las actividades se han desarrollado conforme a la metodología y el cronograma propuestos en la solicitud.

De esta manera se ha creado el perfil específico del Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras en LinkedIn, además de un grupo asociado al mismo.

Las actividades se desarrollaron como estaba previsto:

- Difusión el perfil y el grupo entre los profesores que imparten en el máster y se ha dejado abierto para que otros profesores, que tengan intereses concordantes en la Universidad Complutense de Madrid, puedan adherirse. Por la dinámica de la red es de esperar que más profesores se incorporen.
- Difusión a los estudiantes actuales del máster con el fin que puedan beneficiarse de los contactos existentes. Casi todos los estudiantes actuales se han adherido a la red.
- Difusión a los antiguos estudiantes del máster mediante invitaciones específicas que los une al máster que estudiaron. Se han rebasado las expectativas, puesto que a través de la propia red se ha podido localizar a antiguos alumnos de los que no se tenían datos de contacto.
- Incorporación de otros profesionales, que comparten las mismas inquietudes, por el propio funcionamiento de la red. Gracias a su dinamismo, se han ido incorporando a la red más de 150 miembros nuevos.
- Al grupo podían agregarse tanto profesores como alumnos, a la vez que sigue estando abierto a cualquier persona con el fin de enriquecer el conocimiento mutuo y el flujo de información y de ideas. El objetivo ha sido poder utilizar el mismo como un canal de comunicación permanente con nuevos y antiguos alumnos, donde se colgaban y cuelgan noticias, informes y otra información de interés. Además, sirve como una vía adicional de posibles ofertas de empleo para los alumnos al mejorar su red de contactos.
- Utilización de la red como plataforma de alumnos, de manera que se ha podido contactar con casi todos los alumnos de anteriores promociones lo que ha permitido tener una base de datos actualizada. Con ello se han podido organizar actividades anuales como programas de continuidad y también una mesa redonda con alumnos para que contaran su trayectoria profesional a los alumnos nuevos.
- Construcción de una red profesional de alumnos nuevos y antiguos, profesores, profesionales, instituciones y empresas que amplía los contactos de todos ellos y redundante en una nueva forma de aplicar las redes sociales a las enseñanzas de másteres profesionales.
- Organización de una conferencia titulada “Claves para capitalizar LinkedIn en el desarrollo de la carrera profesional”, impartida por Alex López, reconocido experto en la red. La conferencia ha tenido un notable éxito con la presencia de numerosos alumnos y profesores, casi 100 en total, por lo que está prevista su repetición en cursos venideros.

Algunas de las actividades se han llevado a cabo de manera individual por parte de los investigadores del grupo, como por ejemplo la búsqueda de alumnos, profesores y profesionales.

Mientras que otras se han llevado a cabo de manera colectiva, en reuniones de trabajo regulares con todo el grupo que mostró tener una excelente dinámica que facilitó la consecución de los objetivos inicialmente propuestos.