

FORMAR PARA INVESTIGAR: EL ROL ACTIVO DE LOS ESTUDIANTES COMO INVESTIGADORES COMERCIALES

GEMA LÓPEZ

MARÍA HERNÁNDEZ HERRERA

Universidad Francisco de Vitoria

Introducción: La asignatura de investigación comercial tiene como objetivo principal: conseguir información útil sobre el mercado y saber utilizar esa información en la toma de decisiones de marketing (Merino, 2010). Este reto es fácil de entender en su teoría, pero en la práctica es más complejo y cambiante. Por ello las docentes de la asignatura reflexionaron para diseñar un Aprendizaje Basado en Proyectos donde los estudiantes pudieran convertirse en auténticos investigadores comerciales y probar los conocimientos que van adquiriendo en el curso.

Esta metodología encaja en el proyecto formativo Formar para Transformar (FpT) de la Universidad Francisco de Vitoria (UFV, s.f.), donde el estudiante es el centro de su propio proceso de maduración y aprendizaje. Con FpT se propone formar personas analíticas y transformadoras de su realidad que sepan desempeñarse en el mundo laboral.

Objetivos: General: Incorporar metodologías activas y colaborativas, que impacten en una mejora en la autonomía, autorregulación y autoeficacia del estudiante.

Específico: Valor del trabajo bien orientado y organizado para la obtención de frutos reales: soy capaz.

Metodología: En grupos llevan a cabo una investigación comercial, desde el planteamiento del objetivo, elección de las técnicas, preparación, desarrollo de campo, análisis, conclusiones e informe. Este proyecto dura tres meses de trabajo, que incluye diferentes entregas y presentaciones. Se trata de un plan de evaluación y seguimiento del alumno continuo con la intención de que el resultado final sea satisfactorio y con el máximo aprendizaje. El trabajo en el aula es primordial, ya que

permite al estudiante entender la validez de sus propuestas, la supervisión de los avances y la explicación detallada de las áreas de mejora en el camino para el buen resultado final. Todo ello en busca del “Autoconocimiento” del propio alumno, que dé consciencia a su papel activo en el proyecto y valide sus pasos en él.

Resultados y Discusión: El rol activo de los estudiantes permite al grupo ganar confianza en su objetivo de investigación, otorgarle la capacidad de demostrar que entiende el proceso, sabe y puede aplicarlo y con ello dar respuesta a su necesidad de información de mercado para apoyar sus decisiones de marketing. La confianza ganada en este proyecto les permite ser capaces de aplicarlo posteriormente en el grado a cualquier otro proyecto que lleven a cabo y en el que necesiten investigación comercial, incluido el Trabajo Fin de Grado.

Queremos exponer el proceso de aprendizaje como experiencia docente de tres años, que nos ha llevado a implementar diversos cambios conducentes a la optimización del proyecto. Cabe destacar finalmente que el Instituto de Innovación en el Aprendizaje de la UFV ha reconocido este proceso aprobándolo como proyecto de innovación docente 2023-24.

Conclusiones: Esta metodología de trabajo fomenta la puesta en práctica de habilidades y competencias que potencian el desarrollo integral de nuestros estudiantes mediante un aprendizaje práctico en consonancia con el modelo de “FpT”.

PALABRAS CLAVE

APRENDIZAJE BASADO EN PROYECTOS (ABP), DESARROLLO INTEGRAL., INVESTIGACIÓN COMERCIAL