

EFFECTIVIDAD del Video Teórico-Ilustrado en el Proceso de Enseñanza Aprendizaje. Universidad del Istmo, Chiriquí.



Eric G. Álvarez Aizpurúa

Maestría Ejecutiva en Dirección Empresarial USMA
Maestría en Educación con Énfasis en Currículum UDI
Licenciatura en Mercadeo USMA
Doctor en Educación con Énfasis en Investigación UDI
e-mail: egalvarez@hotmail.com

Iris A. Araúz Moreno

Licda. en Administración de Empresas
Posgrado en Docencia Superior
Maestría en Currículo,
Maestría y Doctorado en Educación
con énfasis en Investigación
Coordinadora de Investigación -
Universidad Especializada de las Américas
e-mail: irisalicia121@hotmail.com

RESUMEN

Esta investigación trata de comprobar la efectividad que tiene el uso de los videos en el proceso de enseñanza aprendizaje en los estudiantes del curso de mercadeo de 2013 en la Universidad del Istmo. Para lograr este objetivo, se hizo un reconocimiento sobre los tipos de videos que son propicios para utilizar como estrategia de enseñanza en el curso de mercadeo durante el periodo actual y una vez reconocido este aspecto, se verificó el nivel de comprensión, motivación y efectividad adquirido por el estudiante cuando el docente utilizó esta estrategia de enseñanza. Los resultados obtenidos en esta investigación demostraron que existe una excelente comprensión, motivación y efectividad del estudiante cuando el docente aplica los videos teóricos ilustrados en la clase, tal y como lo reflejan los hallazgos detallados en el análisis de resultados.

Palabras clave: Video teórico-ilustrado, proceso enseñanza aprendizaje, mercadeo.

ABSTRACT

The purpose of this research is to verify the effectiveness of the use of the videos in the teaching-learning process of the students in the course of marketing at the University of the Istmo. To achieve this goal, it was acknowledged about the types of videos that are adequate to use as a teaching strategy in the course of marketing, and once recognized this aspect, it was verified the level of understanding, motivation and effectiveness gained by the student when the teacher used this teaching strategy. The results obtained in this research showed that the reisan excellent understanding, motivation and effectiveness by the student when the teacher applied the theory-illustrated videos in class, as reflected by the findings detailed in the analysis of results.

Keywords: Theoric-Illustrated videos, teaching-learning process, marketing.

Fecha de recepción, marzo 2018
Fecha de aprobación, junio 2018



INTRODUCCIÓN

El objetivo de esta investigación se dirige a comprobar la efectividad que tiene el uso de los videos en el proceso de enseñanza aprendizaje, en los estudiantes del curso de mercadeo en la Universidad del Istmo, sede de David, Chiriquí. Para lograrlo, se procedió a reconocer los tipos de videos que pueden ser utilizados como estrategia de enseñanza. Además, se verificó el nivel de comprensión adquirido por el estudiante, al utilizar el video teórico ilustrado, se verificó el nivel de motivación y efectividad adquirido en la clase al utilizar el video teórico - ilustrado como estrategia de enseñanza.

Se utilizó como sustento teórico para el análisis de los resultados, la opinión de diversos autores, que han realizado este análisis en otras latitudes, como por ejemplo, Pons y Caberos (2013) realizaron un estudio donde se evaluó el uso de los videos, y expresan que el avance tecnológico del mundo actual requiere un cambio de paradigma con referencia a los procesos de enseñanza aprendizaje, en este caso, en el uso de los videos para lograr mejores resultados en el aprendizaje de los estudiantes.

METODOLOGÍA

La metodología que se utilizó tiene un enfoque mixto, un alcance descriptivo, correlacional y explicativo, no experimental, transversal y de investigación acción. La población objeto de estudio está compuesta por todos los estudiantes que reciben el curso de mercadeo de la Universidad del Istmo.

En el aspecto cuantitativo, se evidencia que la investigación tiene un orden riguroso, sistemático, congruente, porque se plantea un problema, se redactan objetivos, se hace una revisión bibliográfica profunda que sirve como sustento científico, para el análisis de los resultados; y cualitativos, donde se hace evidente, porque se realiza análisis de casos a profundidad, donde interviene la opinión de los investigadores.

El alcance es descriptivo, porque describe procedimientos, perfiles, características que luego son sometidas a un riguroso análisis, de los cuales se extraen resultados. Su alcance es correlacional porque se está midiendo el grado de significancia

entre las variables de estudio, en este caso, los videos teóricos ilustrados con el proceso de enseñanza aprendizaje; y es explicativo, porque se le ofrece una explicación al comportamiento de las variables involucradas en el estudio. El diseño con enfoque cuantitativo es no experimental porque las variables son observadas en su entorno natural sin que fuesen manipuladas por los investigadores, y es transversal porque la recolección de datos se hizo en un periodo corto y en un solo momento.

El diseño con enfoque cualitativo es de investigación-acción porque el investigador se involucra con la población indagada, con el propósito de conocer la realidad de la problemática de manera que, una vez conocida, pueda ofrecer alternativas de mejoras para una correcta toma de decisiones.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Para la recolección de datos, se utilizó la técnica de encuesta, cuyo instrumento es un cuestionario con 13 ítems o preguntas cerradas, que respondían a los criterios: excelente comprensión (5), buena comprensión (4), regular comprensión (3), escasa comprensión (2) y ninguna comprensión (1). También se procedió a utilizar la técnica cualitativa de entrevista, utilizando un cuestionario con 16 preguntas abiertas, y la observación, cuyo instrumento fue la hoja de observación de campo con cotejo que contiene 16 ítems observables, que respondían a los criterios de ponderación: excelente (5), buena (4), regular (3), escasa (2) y ninguna (1).

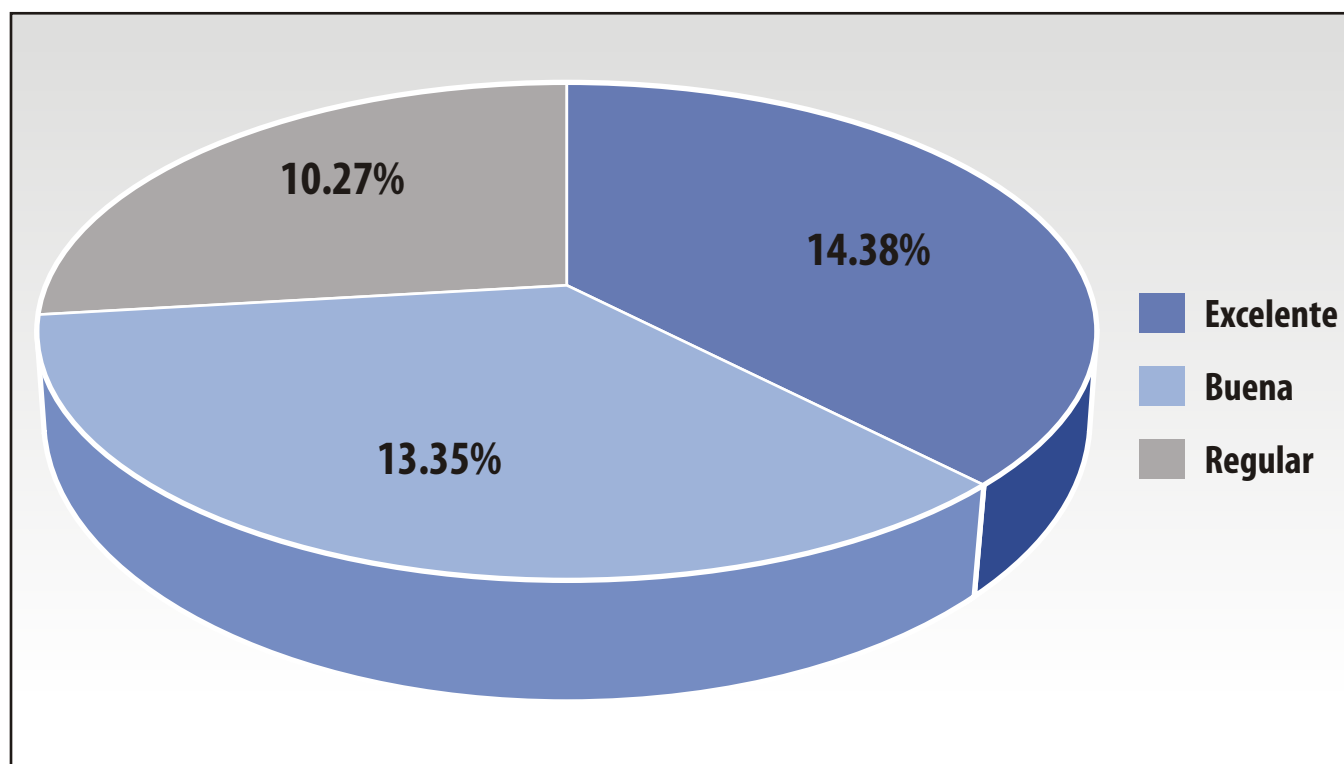
La población la constituyen 30 estudiantes del curso de mercadeo del primer cuatrimestre de 2013, de la Universidad del Istmo, sede de Chiriquí. Al ser la población relativamente pequeña no se hace muestra sino un censo.

RESULTADOS Y ANÁLISIS

Para responder al objetivo que se refiere a "verificar el nivel de comprensión adquirido por el estudiante, al utilizar el video teórico-ilustrado como estrategia de enseñanza", y despejar la variable "videos teóricos ilustrados", cuya dimensión es "nivel de comprensión", se representa a continuación los resultados cuantitativos a través de tablas y figuras.

FIGURA 1

Distribución gráfica sobre el nivel de comprensión adquirido por los estudiantes sobre el concepto de mercadeo al observar el video teórico ilustrado



Fuente: Álvarez y Araúz, 2018.

Al cuestionar a los estudiantes sobre el nivel de comprensión adquirido, relacionado con el concepto de Mercadeo, al observar el video teórico ilustrado dentro del aula de clase se verifica que un 38%, o sea 14 estudiantes, manifestaron que tienen una excelente comprensión; un 35%, que equivale a 13

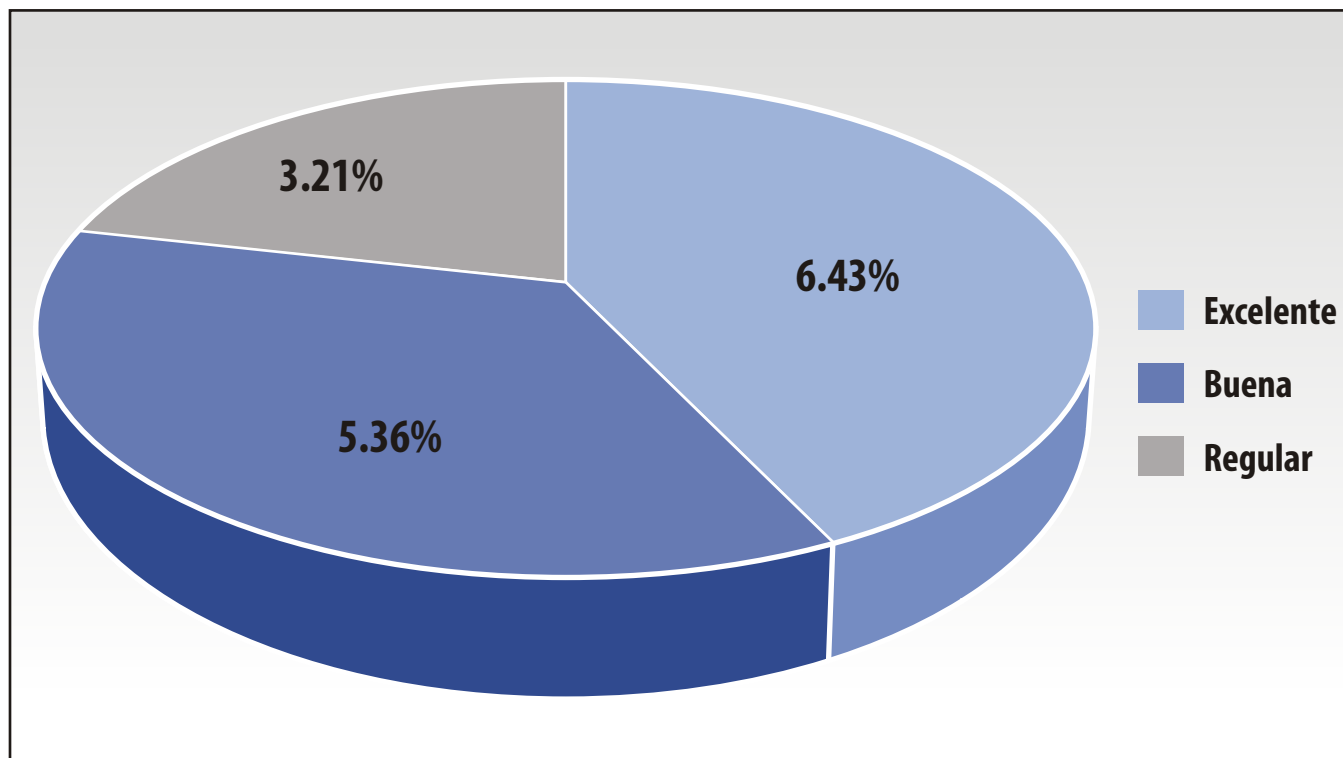
estudiantes, expresan que tienen buena comprensión al observar el video; y un 27% que equivale a tres estudiantes manifestaron haber obtenido regular comprensión con esta estrategia de enseñanza.

Tal y como lo reflejan los resultados, y coincidiendo

con lo que establece Silberman (2008) "para procesar información de manera efectiva, conviene que estas reflexiones sean externas además de internas" (p.17). Y estas reflexiones se manifiestan cuando el estudiante procesa la información aprendida a través del video teórico ilustrado.

FIGURA 2

Distribución gráfica de los resultados sobre el nivel de motivación adquirido por el estudiante al utilizar el video teórico - ilustrado



Fuente: Álvarez y Araúz, 2018.

Como se puede observar, después de haber aplicado la técnica de observación de campo, se logró verificar que el nivel de motivación adquirido por el estudiante al utilizar el video teórico - ilustrado como estrategia de enseñanza fue que seis aspectos, que equivalen a 43% de los mismos, demostraron excelente motivación y efectividad. También, cinco aspectos, que equivalen a 36% de los mismos, demostraron buena motivación y efectividad; y el resto (tres aspectos) que equivalen a 21% mostraron regular efectividad, tal y como lo demuestra la hoja de observación de campo y la figura.

CONCLUSIONES

- Verificado el nivel de comprensión adquirido por el estudiante al utilizar el video teórico - ilustrado como estrategia de enseñanza, se ha logrado comprobar que éste fue excelente, tal y como lo reflejan los resultados obtenidos a

través de la encuesta aplicada, donde el criterio excelente fue el que más se repitió.

- Una vez aplicada la técnica de observación de campo, se logró verificar que el nivel de motivación y efectividad adquirido por el estudiante al utilizar el video teórico ilustrado como estrategia de enseñanza fue en su mayoría excelente, en lo que se refiere a la comprensión de los conceptos de: ambiente externo micro, posicionamiento, mercado de consumo, comportamiento del consumidor, investigación de mercado y servicio. Los conceptos de mercadeo, ambiente externo macro, segmentación, ciclo de vida del producto y ciclo de vida del consumidor, los estudiantes demostraron tener buena comprensión. En lo que se refiere a los conceptos de ambiente interno, mercado de

negocio y mezcla de producto, los estudiantes demostraron una regular comprensión, porque estos conceptos son de difícil comprensión, pero al aplicar el video teórico ilustrado se logró mejorar el proceso de enseñanza aprendizaje.

Referencias Bibliográficas

- Pons, J. de P.; Cabero, Almenara, J. (2013). *El video como mediador de aprendizajes*. Recuperado de: <https://www.mecd.gob.es/dctm/revista-de-educacion/articulosre291/re2911800477.pdf?documentId=0901e72b81376b44>.
- Silberman, M. (2008). *Aprendizaje Activo. 101 estrategias para enseñar cualquier materia*. México: Editorial Pax.