

# Título: El uso de las redes sociales, blogs y perfiles profesionales en el Grado en Administración y Dirección de Empresas: un estudio piloto.

Responsable: Macarena López Fernández

Participantes: Jesús Barrena Martínez, Rosalía Díaz Carrión y Pedro M. Romero Fernández

Departamento de Organización de Empresas, Facultad de CC.EE. y Empresariales

[macarena.lopez@uca.es](mailto:macarena.lopez@uca.es)

**RESUMEN:** Los nuevos contenidos aprobados en los Planes de Estudio han obligado a rediseñar la metodología de enseñanza-aprendizaje, estableciendo un sistema mucho más participativo y adaptado a los retos laborales del alumnado. En esta dinámica, los docentes han comenzado a introducir en sus asignaturas técnicas didácticas como los estudios de casos, el *role playing* o las simulaciones. Sin embargo, dicha adaptación se debe ir perfeccionando con el uso, por ejemplo, como unidad de apoyo el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs). Sobre esta idea, se concibe el presente proyecto dirigido a utilizar, como metodología novedosa, las principales redes sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn) y blogs (Blogger) permitiendo adquirir las competencias que un graduado en Administración y Dirección de Empresas precisará para su proyección profesional. Con ello, se pretende alcanzar dos retos: (i) instaurar nuevos mecanismos de enseñanza-aprendizaje para el profesorado, orientados al correcto uso de las TIC's y la instrucción de competencias exigidas por el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES); y (ii) fomentar el trabajo activo del alumno en clase, a través de herramientas innovadoras y atractivas que no sólo permitan afianzar la importancia de gestionar apropiadamente su imagen virtual para facilitar su inserción laboral, sino también dominar competencias informáticas, de comunicación, síntesis y trabajo en equipo.

**PALABRAS CLAVE:** Blogger, Blogs, Espacio Europeo de Educación Superior, Facebook, Innovación Docente, LinkedIn, Mejora Docente, Realidad Empresarial, Redes Sociales, Tecnologías de la Información y la Comunicación, Twitter.

## INTRODUCCIÓN

En el contexto actual de cambio, Internet se ha convertido en una herramienta esencial, tanto en la vida diaria de los estudiantes como para cualquier empresa en el desarrollo de su actividad. Los alumnos universitarios invierten, diariamente, un gran número de horas navegando en la red, creando y actualizando blogs personales, y participando activamente en sus perfiles sociales. Las empresas utilizan la red, cada vez más, como fuente de publicidad, búsqueda de financiación o proceso de reclutamiento y selección de personas. Sea como fuere, la afluencia de perfiles profesionales y redes sociales virtuales (e.g. Facebook, Twitter o LinkedIn) confirman un auge de tendencia.

Por otro lado, siguiendo las recomendaciones del sistema actual de crédito europeo ECTS, aplicar una metodología de aprendizaje activa, que capte la atención del alumnado, y sea de utilidad práctica para la adquisición de las competencias que le permitan afrontar con mayores garantías su incorporación laboral se posiciona como un reto fundamental en la docencia universitaria. Más aún, si cabe, para los alumnos del Grado en Administración y Dirección de Empresas (ADE) que, según consta en la memoria del Título, deben: adquirir competencias informáticas relativas al ámbito de estudio, desarrollar una adecuada comunicación oral y escrita en su propia lengua, dominar la capacidad de aprendizaje autónomo, la capacidad de trabajo en equipo y, entre otras habilidades, la creatividad. En este sentido, el uso de las TICs, y más concretamente, de las redes sociales, representa para ellos un valor sustancial, porque además de permitirles poner de manifiesto su formación, experiencia, currículo e incluso competencias comunicativas, les ayuda a conocer, como futuros directivos, aquellos aspectos que serán susceptibles de ser considerados cuando dirijan una organización.

Tomando como base los argumentos expuestos, esto es:

- el impacto que adquieren las redes sociales en el mundo laboral actual;
- que un buen profesional de la dirección de empresas debe dominar habilidades y competencias, tales como comunicación (oral y escrita), creatividad, persuasión, etc;
- y que el profesorado debe afrontar un sistema de formación y evaluación adaptado a un marco, cada vez, más cercano a la realidad empresarial,

se plantea el presente proyecto con la intención de potenciar el uso adecuado de las redes sociales y blogs personales en la formación de los estudiantes del grado en ADE, y fomentar el uso de metodología participativa para el desarrollo de sus competencias profesionales.

Este objetivo reviste un interesante carácter innovador, tanto desde el punto de vista del alumnado como del profesorado. Desde la perspectiva del alumno, porque pueden, a través de las herramientas enmarcadas en la Web 2.0, adquirir habilidades básicas y específicas para el desarrollo de su actividad profesional (capacidad de comunicación, trabajo en equipo, actitud crítica, resolución de problemas, etc.). Y, desde el ámbito académico, porque el uso de blogs y perfiles sociales se posiciona como un método novedoso de enseñanza y evaluación ayudando a incrementar en clase el análisis, la discusión y la continua interacción entre docentes y discentes.

Para su adecuado desarrollo e implantación, el profesorado participante en el proyecto debía superar tres grandes retos:

- a. Instruirse en dicha herramienta, como método de enseñanza dinámico, práctico y atractivo para los alumnos.
- b. Generar materiales que permitan al alumnado comprender la importancia y el correcto uso de las redes

sociales y blogs personales, fomentando el trabajo en equipo y la participación dinámica.

- c. Ponerlo en práctica, transmitiendo a los estudiantes la importancia de su utilización en la asignatura y la necesidad de un tratamiento serio y profesional

Así, se esperaba introducir en el Grado en Administración y Dirección de Empresas una metodología innovadora de mejora docente basada en el uso de las TICs.

A continuación, se expone cómo se superaron los retos definidos y alcanzó el objetivo del presente proyecto, en el curso 2013-2014, tras el estudio piloto desarrollado en la asignatura "Habilidades Directivas", para las tres sedes: Cádiz, Jerez y Algeciras. El hecho de elegir esta asignatura para testar el proyecto se debió fundamentalmente a que sus principales resultados de aprendizaje se centran en lograr que el estudiante sea: buen comunicador, creativo, emprendedor, capaz de trabajar en equipo, persuadir, etc. cualidades esenciales que un profesional de la dirección de empresas debe dominar y que van en consonancia con el objetivo del presente proyecto.

## APRENDIZAJE Y ELABORACIÓN DE MATERIAL DE APOYO POR PARTE DEL PROFESORADO

Dada la novedad de la utilización de las herramientas descritas en el aula, se estableció un protocolo de actuación que permitiera llevar a cabo el proyecto de manera exitosa. Concretamente, se siguieron los siguientes pasos:

1. *Adquisición de conocimientos en el uso de las redes sociales y blogs por parte de los participantes en el proyecto.* Para ello:
  - a. Uno de los profesores asistió, presencialmente, a unas jornadas de formación sobre "Redes Sociales y Tutorización" (1), instruyéndose en la materia en cuestión, transfiriendo, con posterioridad, los conocimientos adquiridos y materiales al resto de participantes.
  - b. Todos los componentes del proyecto realizaron una revisión de literatura que les permitió conocer los principales aspectos de investigación en este campo. Se consideraron, entre otras, las recomendaciones de autores como Onrubia (2007) (2), Menidugren y Pérez-Da Silva (2009) (3) y Meso et al. (2010) (4).
2. *Elaboración de material de apoyo.* Una vez obtenida la formación, en docencia e investigación, sobre redes sociales y blogs, se elaboró un material de apoyo con el fin de que las clases se desarrollaran, tanto para el profesor como para el alumno, de manera eficiente. Esto es, con una estructura y un orden lógico para la consecución de los objetivos planteados. En concreto, los materiales se dividieron en tres bloques:
  - a. En el *bloque I* se ponía de manifiesto el origen, ventajas, desventajas y correcto uso de las redes sociales (Facebook, Twitter y LinkedIn) y de los blogs, concretamente de Blogger (5). Además, se explicitaba cómo crear una cuenta de LinkedIn y Blogger, dado que en Facebook y

Twitter, la mayor parte de alumnos estaban dados de alta.

- b. En el *bloque II* se explicaban las herramientas necesarias para introducir contenidos en Blogger, así como realizar una adecuada comunicación escrita. También, se subrayaba la relevancia que podía adquirir un blog por las noticias que se publicaran en el mismo y el foro que se generara (6).
- c. Finalmente, en el *bloque III*, se conectaron las redes sociales y blogs con la figura directiva del community manager, estableciendo ejemplos prácticos de empresas que gestionan su imagen y reputación a través de estas herramientas (7).

Cabe subrayar que los estudiantes tuvieron a su disposición en el Campus Virtual estos materiales, con una semana de antelación, como figura en la Imagen 1, con la intención de que el debate en clase pudiera ser mucho más fluido.



**Imagen 1.** Captura de pantalla del campus virtual con los contenidos a trabajar en clase.

La dinámica práctica del desarrollo del contenido presentado en estas sesiones se expone a continuación.

## UTILIZACIÓN Y GESTIÓN DE REDES SOCIALES Y BLOGS EN EL AULA

Para llevar a la práctica los contenidos expuestos se dividió a la clase en equipos de trabajo con objeto de facilitar una mejor comprensión y la resolución de las dudas entre los alumnos. Cada equipo traía un ordenador portátil a través del cual, al principio, iban ejecutando las instrucciones del profesor para crear el Blog, cuenta de LinkedIn, etc., y luego trabajaban en el desarrollo de su Blog.

Como se muestra a continuación, estas clases fueron teórico-prácticas, pues el profesorado combinaba la lección magistral con el acceso online a las herramientas en cuestión, mostrando ejemplos con capturas de pantalla de la creación de perfiles profesionales y blogs, así como el mantenimiento, ventajas y proyección de las redes sociales.

La primera toma de contacto práctica se realizó con la apertura y gestión de una cuenta de LinkedIn (Imagen 2), por la utilidad que reviste esta herramienta en el ámbito profesional.



Imagen 2. Apertura cuenta LinkedIn.

Así, tras analizar, con la teoría, el uso apropiado de las redes sociales (Facebook, Twitter y LinkedIn) cada equipo se ocupó del desarrollo de una mejor imagen y gestión de sus perfiles. Además, se trabajó en la creación y gestión compartida de un blog. Para ello se utilizó la aplicación Blogger por su facilidad de manejo, además de su gratuidad dado que requería únicamente poseer una cuenta de Gmail. El profesor iba mostrando diversas capturas de pantalla, tal y como se refleja en la Imagen 3, con los pasos que los alumnos debían dar para crear su blog de trabajo.



Imagen 3. Apertura blog en Blogger.

Durante el curso, se fue profundizando con el alumno en la correcta gestión y comunicación a través del Blog y las redes sociales, intentando concienciarlos de la importancia de gestionar adecuadamente su imagen virtual y de la utilidad que ello les puede reportar en su futuro profesional (Imagen 4). Para ello, no sólo se realizó un seguimiento semanal de las noticias de carácter empresarial que se iban publicando y comentando, relacionadas con las Habilidades Directivas, sino que también se expusieron noticias y casos reales de personas que habían tenido problemas profesionales de privacidad con tales herramientas.



Imagen 4. Blog de un alumno de Habilidades Directivas.

Asimismo, se les mostró a través de estos contenidos eran susceptibles de ser evaluados en diferentes tipos de competencias:

- Competencias de trabajo en grupo, dado que existía una persona responsable de los contenidos publicados en el blog, que podía modificar y crear las noticias relacionadas con la asignatura de Habilidades Directivas.
- Competencias de carácter informático, que se ponían de manifiesto en la gestión de la cuenta de Gmail, así como la agilidad de manejo de hipervínculos, imágenes y difusión del texto en los blogs.
- Competencias orales, a la hora de presentar y explicar los contenidos de los blogs que estaban gestionando en clase.
- Competencias de carácter escrito y síntesis, puestas de manifiesto en la publicación, resumen y actitud crítica a la hora de introducir contenidos en los blogs y cuentas personales.
- Así como el interés despertado en los propios compañeros de clase y el profesorado de la asignatura. En este sentido, se examinaron durante la clase las noticias de los grupos de trabajo en cada uno de sus blogs, comentando y ayudando a los estudiantes a corregir errores comunes, y mostrando el potencial de la herramienta en cuanto a la difusión y publicidad de contenidos.

Esta participación se pone de manifiesto en los resultados alcanzados y en la satisfacción del alumnado en una encuesta.

## ESTIMACIÓN DEL NIVEL DE ÉXITO/RESULTADOS ALCANZADOS

Desde la propia presentación de la asignatura, los contenidos del presente proyecto despertaron gran interés en el alumnado de todas las sedes en las que se imparte la asignatura, por la dinámica planteada por el profesorado y por el tema en cuestión. Afirmación que se confirma con los resultados que se vislumbran de una encuesta realizada a los estudiantes de la asignatura Habilidades directivas –150 alumnos– (8), donde se testaban variables que pretendían medir no sólo el carácter innovador de la metodología, sino el grado de satisfacción de los estudiantes con la misma. Para ello, se utilizó una escala de Likert de 1 a 5 (1=mínimo y 5=máximo).

De los resultados alcanzados se desprende, a grandes rasgos, que:

- Los contenidos sobre redes sociales y blogs presentan un carácter innovador (4.2 puntos sobre 5), mejoran su interés por la asignatura (4.5 puntos), y proporcionan un mejor conocimiento de las funciones directivas (4.5 puntos).
- Con la introducción de herramientas basadas en las TICs, se facilita la relación enseñanza-aprendizaje (4.4 puntos sobre 5), ayudándoles a tener una mayor proyección profesional (4.9 puntos), formándoles apropiadamente en la gestión de fuentes virtuales (4.7 puntos) y motivándoles a seguir usándolas (4.8 puntos).

- El material de apoyo utilizado tenía una buena organización y estructura (4.6 puntos sobre 5), confirmándose como una metodología atractiva (4.5 puntos) e interactiva (4.3 puntos), con un buen equilibrio teórico-práctico (4.5 puntos) y adecuación de las clases prácticas con los contenidos teóricos (4.8 puntos).
- La metodología cubrió las expectativas del alumnado (4 puntos sobre 5), adaptándose a sus necesidades de formación profesional (4.5) y consolidando competencias de trabajo en grupo (5).

En conclusión, las valoraciones del alumnado unidas a la buena experiencia del profesorado dentro y fuera del aula con respecto a los contenidos usados, permiten apreciar el éxito del proyecto de innovación docente desde el punto de vista personal y profesional, potenciando que los contenidos pasen a incorporarse como metodología innovadora.

Asimismo, creemos que hemos podido contribuir a la adquisición de competencias planteadas en los objetivos del proyecto de innovación docente, mejorando el espíritu de equipo y colaboración entre los grupos de trabajo, el uso de herramientas informáticas dentro de la Web 2.0, y las competencias de carácter oral y escritas.

## PRIMERA DIFUSIÓN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS

Destacar que, en marzo de 2014, se presentó un primer paper basado en el presente proyecto de innovación docente en el 8th International Technology, Education and Development Conference (INTED), desarrollado en Valencia del 10 al 12 de marzo (Anexo 5). La presentación como puede observarse en el programa del congreso se realizó de manera virtual (Anexo 6).

## REFERENCIAS

1. "Redes Sociales y Tutorización" (2012). III Jornadas de Orientación. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Cádiz.
2. Onrubia, J. (2007). "Las tecnologías de la información y la comunicación como instrumento de apoyo a la innovación de la docencia universitaria". Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado, vol. 21, núm. 1, 21-36.
3. Mendiguren, T. y Pérez-Da Silva, J. (2009). "Usos y consumos de las redes sociales: evaluación del impacto entre los jóvenes universitarios". V Congreso Internacional Comunicación y Realidad: La metamorfosis del espacio mediático. Barcelona: Universitat Ramon Llull (ISBN: 978-84-936959-2-7 ), 331-338.
4. Meso, K., Pérez, J. y Mendiguren, T. (2010). "Evolución en la docencia universitaria: Utilización académica de las redes sociales dentro del marco del EEES". En Actas - II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social . Universidad La Laguna (Tenerife).
5. El **Anexo 1** incluye los contenidos de la primera sesión teórica-práctica sobre redes sociales y blogs.
6. El **Anexo 2** incluye los contenidos de la segunda sesión teórica-práctica sobre redes sociales y blogs.
7. El **Anexo 3** incluye los contenidos de la tercera sesión teórica-práctica sobre redes sociales y blogs.

8. El **Anexo 4** contiene la encuesta proporcionada a los alumnos en las tres sedes para evaluar la metodología de innovación docente.
9. El **Anexo 5** muestra la carta de aceptación del paper en el 8th INTED Conference.
10. El **Anexo 6** muestra el correo donde se presenta el programa del congreso.

## ANEXOS

*PI\_14\_098\_Anexo 1.pdf*. Contenidos de la primera sesión teórica-práctica sobre redes sociales y blogs.

*PI\_14\_098\_Anexo 2.pdf*. Contenidos de la segunda sesión teórica-práctica sobre redes sociales y blogs.

*PI\_14\_098\_Anexo 3.pdf*. Contenidos de la tercera sesión teórica-práctica sobre redes sociales y blogs.

*PI\_14\_098\_Anexo 4.pdf*. Encuesta de evaluación de la metodología de innovación docente.

*PI\_14\_098\_Anexo 5.pdf*. Carta de aceptación del proyecto en el 8th INTED Conference.

*PI\_14\_098\_Anexo 6.pdf*. Email que presenta el programa del 8th INTED Conference.