

MEMORIA FINAL¹

Compromisos y Resultados

Proyectos de Innovación y Mejora Docente 2022/2023

Identificación del proyecto	
Código	Sol-202200229041-tra
Título	Estrategia de enseñanza-aprendizaje basada en el estudio de casos en las Ciencias Sociales
Responsable	María Teresa Fernández Alles

1. Describa los resultados obtenidos a la luz de los objetivos y compromisos que adquirió en la solicitud de su proyecto. Incluya tantas tablas como objetivos contempló.

Objetivo nº 1	<i>Acercar al alumnado a la realidad empresarial</i>
Actividades que había previsto en la solicitud del proyecto:	<i>Estudio de casos reales de empresas de relevancia en su sector que contribuyan a un mayor y mejor conocimiento de las estrategias de marketing que aplican en la actualidad las empresas</i>
Actividades realizadas y resultados obtenidos:	<p>El estudio de casos como metodología en la docencia universitaria y en particular en la enseñanza de marketing es de gran importancia por varias razones. En primer lugar, el marketing es una disciplina basada fundamentalmente en la aplicación práctica de conceptos y estrategias en situaciones reales. De ahí que el estudio de casos permita al alumnado conocer los problemas y desafíos reales a los que las empresas objeto de estudio se han enfrentado. Asimismo, les es posible aplicar las teorías y conocimientos adquiridos en un contexto real.</p> <p>Los meses previos al comienzo del cuatrimestre en el que se imparte la asignatura Dirección de Marketing del Doble Grado en Administración y Dirección de Empresas y Finanzas y Contabilidad y del Grado en Finanzas y Contabilidad, se elaboraron por parte de la responsable del proyecto, una serie de casos prácticos, de carácter inédito, ajustados a los contenidos de la asignatura al objeto de lograr una mayor y mejor comprensión de la aplicación práctica de cada uno de ellos en un contexto real.</p> <p>Esto ha permitido lograr un aprendizaje activo, en el que el alumnado no se ha limitado a ser un mero oyente en las clases y a asimilar contenidos teóricos sino, fundamentalmente, a relacionarlos con la práctica, conociendo como las organizaciones diseñan y ponen en marcha hoy en día sus estrategias y acciones de marketing. En cada una de las clases se ha facilitado al alumnado un caso práctico para resolver en equipo, contando en todo momento con la ayuda y asesoramiento de la profesora en la búsqueda de información, el análisis de los datos, la identificación de</p>

¹ Esta memoria no debe superar las 6 páginas.

	<p>problemas, la formulación de soluciones y la toma de decisiones. Además, se permitía acceder a las bases de datos de internet (estadísticas, libros, artículos) para facilitarles su resolución.</p> <p>Posteriormente, el final de la clase se dedicaba a la resolución y debate en clase, propiciando, con ello, la participación activa en el aula.</p> <p>Con ello se ha conseguido una mayor implicación del alumnado en su propio aprendizaje, una mayor motivación, una mayor asistencia a clase y una mayor y mejor asimilación tanto de los contenidos como de la realidad empresarial.</p> <p>Es preciso destacar que los casos de estudio no sólo se basaron en empresas internacionales, sino también en empresas nacionales y especialmente de la provincia de Cádiz, persiguiéndose con ello, que el alumnado tuviera un mayor conocimiento no sólo de la economía de la provincia, sino también del tejido empresarial que lo integra y del papel que juegan cada una de ellas en su sector.</p> <p>Además, se le han explicado las estrategias de marketing llevadas a cabo desde las instituciones, como es el caso de las estrategias de comunicación implantadas por la Junta de Andalucía para poner en valor el destino de Cádiz y de Andalucía o las llevadas a cabo por Cádiz Centro Comercial Abierto y la asociación de Jerez para atraer clientes a las tiendas que integran el centro de las ciudades.</p> <p>Por ese motivo, se han organizado visitas y charlas, destacando la visita a la Autoridad Portuaria de Cádiz, en la que recibieron un seminario por parte de su presidente, Teófila Martínez, quién les explicó las estrategias que se llevan a cabo desde el Puerto de Cádiz para aprovechar las oportunidades del entorno.</p> <p>Asimismo, visitaron las instalaciones de la empresa Aromas de Medina para conocer de primera mano las estrategias que se implementan en esta empresa tan importante en la provincia.</p>
--	---

Objetivo nº 2		<i>Aumentar la motivación y el interés del alumnado por los estudios que está cursando</i>
Actividades que había previsto en la solicitud del proyecto:		<i>Estudio de casos de empresas reales que muestren al alumnado la importancia de los estudios que está cursando.</i>
Actividades realizadas y resultados obtenidos:		<p>El perfil del alumnado en la actualidad obliga a adaptar el proceso de enseñanza aprendizaje a las características y peculiaridades de los mismo. Hoy en día las tecnologías imperan en todos los ámbitos. El alumnado está acostumbrado al uso de las mismas y a la inmediatez de la información que se logra con su uso. En estas circunstancias es muy difícil lograr la atención del alumnado durante el tiempo que duran las clases. Por ello, es importante ofrecer unos contenidos que despierten el interés del alumnado por lo que está aprendiendo, que los haga partícipes de su propio aprendizaje y que les resulten provechosos en su formación.</p> <p>Además, es fundamental dejar a un lado la docencia tradicional, como puede ser la basada en el uso de la lección magistral, acudiendo a otras metodologías docentes que otorguen al alumnado de un papel mucho más</p>

	<p>activo en el aula, que los involucren en el desarrollo de las clases, siendo responsables de su propio aprendizaje.</p> <p>Dedicar gran parte de la clase a resolver casos prácticos basados en hechos reales que impliquen el trabajo, la dedicación, la búsqueda documental, el debate y la reflexión, hace que el alumnado se sienta activo en la clase, que tenga una mayor motivación y un mayor interés por los estudios que está cursando. Es más, la realización de casos basados en empresas cercanas situadas en la provincia de Cádiz, les ha resultado sumamente interesante para conocer mejor en qué sectores se está trabajando y qué empresas son las más relevantes.</p> <p>El resultado es que el alumno asiste a cada clase con interés porque, en sus propias palabras, está aprendiendo algo real y actual que no está en los libros ni en internet. De manera que tiene la percepción de que está aprovechando su tiempo y sacando utilidad y rendimiento a su tiempo.</p> <p>En definitiva, se ha promovido con el uso de esta metodología un aprendizaje práctico, el pensamiento crítico y la preparación de los estudiantes para su futuro profesional.</p>
Objetivo nº 3	Incrementar la participación en clase y el trabajo en equipo
Actividades que había previsto en la solicitud del proyecto:	Estudio de casos que requieran el trabajo colaborativo y que propicie la participación y la toma de decisiones.
Actividades realizadas y resultados obtenidos:	<p>El estudio de casos requiere la implicación del alumnado llevando a cabo el análisis de datos, la identificación de problemas, la formulación de soluciones y la toma de decisiones. Dado que estas actividades se han realizado en equipo, con el uso de estas metodologías se ha fomentado el trabajo colaborativo y el intercambio de ideas entre los estudiantes.</p> <p>Para lograr el trabajo colaborativo y propiciar la participación en clase, así como la toma de decisiones por parte del alumnado se formaron equipos de trabajo en cada una de las clases, los cuáles estarían integrados por 4 o 5 alumnos cada uno de ellos. En cada clase se les entregaba un caso práctico que deberían resolver, con la ayuda de los equipos informáticos y de todo aquel material que consideraran necesario para poder dar respuesta a las preguntas que se planteaban en cada uno de los casos.</p> <p>Las respuestas deberían ser consensuadas por todos los miembros de los equipos, al objeto de lograr dar respuesta a cada una de las cuestiones planteadas, lo que se requería el trabajo colaborativo entre todos los miembros.</p> <p>Una vez resuelto el caso práctico propuesto en cada clase, se motivaba al alumnado a participar en un debate en el que se pusiera en común las soluciones planteadas para cada una de las cuestiones que debían resolver, por parte de todos los equipos.</p> <p>Con ello se pretendía que el alumnado ejercitará sus capacidades para el pensamiento crítico, para evaluar información, para considerar las múltiples perspectivas antes de tomar una decisión y para exponer su punto de vista ante las situaciones planteadas.</p> <p>Téngase en cuenta de que los profesionales del marketing y de las empresas en general deben estar preparados para enfrentarse a los desafíos que presenta el entorno empresarial y adaptarse a este. A través del estudio de</p>

casos, el alumnado ha podido desarrollar las habilidades necesarias para abordar estos problemas y aplicar estrategias en el contexto empresarial.

2. Realice una breve valoración sobre la influencia del proyecto ejecutado en la evolución de las asignaturas implicadas.

Análisis del impacto de la innovación en las asignaturas relacionadas con el proyecto

La puesta en marcha de este proyecto de innovación docente en la asignatura Dirección de Marketing ha contribuido a la consecución de las siguientes líneas de acción prioritarias establecidas en la convocatoria de Proyecto de Innovación y Mejora Docente para el curso 2022/23:

1. Una mejora en el proceso de enseñanza aprendizaje, así como de los resultados académicos del alumnado de las titulaciones en las que se ha implantado. En el Doble Grado en Administración y Dirección de Empresas y Finanzas y Contabilidad, los estudiantes que superaron la asignatura siguiendo la evaluación continua y participando en la docencia con el uso de esta metodología docente fue de 50, siendo 53 el total de matriculados. De ellos, el 1´9% obtuvo la calificación de matrícula de honor (1 alumna), el 54´71% de notable y el 37´73% de aprobado. En el Grado en Finanzas y Contabilidad, de los 40 estudiantes matriculados, el 72´5% superó la asignatura habiendo seguido esta metodología docente. El 2´5% con una calificación de matrícula de honor, un 35% de notable y otro 35% de aprobado.
2. Desarrollar la digitalización de la docencia y los procesos de visualización, utilizando metodologías y recursos que permitan una enseñanza de calidad. Para la puesta en marcha de este proyecto docente fue precisa la elaboración de materiales para la visualización previa por parte del alumnado, para lograr que el alumnado acudiera al aula con unos conocimientos básicos sobre los que iba a tratar el caso a analizar, así como para poder dedicar parte de la clase a su resolución.
3. Incorporación en la docencia de la perspectiva de género y la atención a la diversidad. Desde hace muchos años, en esta asignatura se incorporan casos prácticos en los que el alumnado conoce la importancia de que de todas las personas puedan acceder al uso y disfrute de todos los productos y los servicios en igualdad de condiciones, y como deben adaptarse a las necesidades y peculiaridades de cada segmento de mercado.
4. Fomentar la creación de materiales didácticos con los que se ha podido lograr que un mayor trabajo autónomo por parte del alumnado. A principio de curso se puso a disposición del alumnado en la copistería del centro un libro o cuaderno de apuntes con todos los contenidos teóricos necesarios para seguir la asignatura.
5. Aplicar prácticas docentes innovadoras que contribuyan a una mayor calidad de la docencia. La docencia en marketing requiere el uso de metodologías que promuevan el aprendizaje práctico, el pensamiento crítico y la preparación para los desafíos reales, aspectos esenciales para formar a profesionales que sean competentes y que se adapten a un campo tan dinámico como es el marketing. Por ello, todos los años se emprenden en la asignatura proyectos de innovación docente que contribuya a mejorar la formación del alumnado.
6. Sostenibilidad en la docencia universitaria. Uno de los aspectos fundamentales que se promueve en la impartición de esta asignatura es la importancia de que las empresas tengan en cuenta el efecto de sus actuaciones, tanto en el medio ambiente como en la sociedad en su conjunto. De hecho, en el tema 1 de la asignatura se estudia el enfoque

del marketing holístico, el cual tiene en consideración como uno de sus pilares fundamentales la responsabilidad social empresarial sobre la cual se hace un estudio detallado en empresas destacadas en este ámbito.

7. Facilitar la difusión y el intercambio de buenas prácticas. Los resultados obtenidos con la puesta en práctica de este proyecto de innovación docente han sido difundidos en varios foros, tanto nacionales como internacionales, dando a conocer las ventajas derivadas del uso de esta metodología. En el material adicional que acompaña a esta memoria se encuentran los certificados de los congresos en los que sea dado a conocer este proyecto, así como los capítulos de libro en los que se han difundido sus resultados.
8. Lograr una mayor participación, asistencia e implicación del alumnado en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Se ha podido constatar a lo largo de todo el cuatrimestre de impartición de la asignatura una elevada asistencia a las clases, a pesar de la preparación previa, el esfuerzo y la implicación que se requería por parte del alumnado.
9. Un mayor conocimiento por parte del alumnado acerca del marketing y de la dirección de marketing. La asimilación y comprensión de los contenidos, mediante la aplicación de casos reales, ha permitido al alumnado conocer cómo se puede analizar el entorno, tomar decisiones, identificar oportunidades en el mercado, estudiar las tendencias del mismo, identificar a la competencia y el porqué de sus actuaciones, analizar el posicionamiento estratégico de una empresa, estudiar el valor que aportan las marcas, saber qué actuaciones llevan a cabo las empresas para diferenciarse, qué canales de distribución y comunicación son más eficientes hoy en día para llegar al mercado objetivo o estudiar el proceso de internacionalización de las empresas, entre otros aspectos relevantes que se han tratado en esta materia.

3. Incluya en la siguiente tabla el número de alumnos matriculados y el de respuestas recibidas en cada opción y realice una valoración crítica sobre la influencia que el proyecto ha ejercido en la opinión de los alumnos.

Opinión de los alumnos al inicio del proyecto				
Número de alumnos matriculados:				
<i>Valoración del grado de dificultad que cree que va a tener en la comprensión de los contenidos y/o en la adquisición de competencias asociadas a la asignatura en la que se enmarca el proyecto de innovación docente</i>				
Ninguna dificultad	Poca dificultad	Dificultad media	Bastante dificultad	Mucha dificultad
7,7%	42,3%	34,6%	11,5%	3,8%
Opinión de los alumnos en la etapa final del proyecto				
<i>Valoración del grado de dificultad que ha tenido en la comprensión de los contenidos y/o en la adquisición de competencias asociadas a la asignatura en la que se enmarca el proyecto de innovación docente</i>				
Ninguna dificultad	Poca dificultad	Dificultad media	Bastante dificultad	Mucha dificultad
3,8%	53,8%	46,1%	-	-
<i>Los elementos de innovación y mejora docente aplicados en esta asignatura han favorecido mi comprensión de los contenidos y/o la adquisición de competencias asociadas a la asignatura</i>				

Nada de acuerdo	Poco de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Muy de acuerdo	Completamente de acuerdo
	3,8%	-	38,5%	57,7%%

En el caso de la participación de un profesor invitado

La participación del profesor invitado ha supuesto un gran beneficio en mi formación

Nada de acuerdo	Poco de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Muy de acuerdo	Completamente de acuerdo

Valoración crítica sobre la influencia que ha ejercido el proyecto en la opinión de los alumnos

El alumnado de ambas titulaciones considera que la puesta en marcha de este proyecto de innovación docente ha contribuido a:

1. Un mayor aprovechamiento del tiempo presencial en el aula.
2. Mejora en la resolución de dudas.
3. Mejora de la capacidad de aprendizaje.
4. Mayor implicación activa en clase.
5. Mejora del interés por la asignatura.
6. Mayor autonomía.
7. Mayor aprovechamiento de su tiempo.
8. Mejora en la capacidad para superar la asignatura.
9. Mejora en la capacidad para entender los contenidos teóricos de la asignatura.
10. Mayor motivación frente a la metodología tradicional.
11. Mayor capacidad para trabajar en equipo.
12. Mayor capacidad para resolver el problema.
13. Mayor capacidad para conocer el entorno empresarial.
14. Mayor capacidad para organizarse y planificarse.

A continuación, se muestran los resultados de la encuesta en la que se ha preguntado al alumnado sobre todas estas cuestiones.

Item	Doble Grado ADE-FYCO	Grado FYCO
Hombre/Mujer	57,7%/42,3%	44,4%/55,6%
Edad		
19 años	57,7%	27,8%
20 años	34,6%	27,8%
21 años	3,8%	16,7%
22 años	3,8%	11,1%
Más de 23 años		16,8%
Mejor aprovechamiento de mi tiempo presencial en el aula	96,2% de acuerdo 3,8% ni de acuerdo/ni en desacuerdo	88,9% de acuerdo 11,1% ni de acuerdo/ni en desacuerdo
Mejora en la resolución de dudas	92,3% de acuerdo 7,7% ni de acuerdo/ni en desacuerdo	100% de acuerdo
Mejora en mi capacidad de aprendizaje	100% de acuerdo	94,4% de acuerdo 5,6% ni de acuerdo/ni en desacuerdo
Mayor participación activa en clase	84,6% de acuerdo 15,4% ni de acuerdo/ni en desacuerdo	83,3% de acuerdo 5,6% ni de acuerdo/ni en desacuerdo 11,1% en desacuerdo
Mejora en mi interés por la asignatura	100% de acuerdo	88,9% de acuerdo 11,1% ni de acuerdo/ni en desacuerdo
Mayor autonomía	69,2% de acuerdo 26,9% ni de acuerdo/ni en desacuerdo 3,8% en desacuerdo	88,9% de acuerdo 11,1% ni de acuerdo/ni en desacuerdo

Mayor aprovechamiento de mi tiempo	69,2% de acuerdo 26,9% ni de acuerdo/ni en desacuerdo 3,8% en desacuerdo	66,7% de acuerdo 22,2% ni de acuerdo/ni en desacuerdo 11,1% En desacuerdo
Mejora en mi capacidad para superar la asignatura	96,2% de acuerdo 3,8% ni de acuerdo/ni en desacuerdo	77,8% de acuerdo 16,7% ni de acuerdo/ni en desacuerdo 5,6% En desacuerdo
Mejora en mi capacidad par entender los contenidos teóricos de la asignatura	96,2% de acuerdo 3,8% en desacuerdo	88,9% de acuerdo 11,1% en desacuerdo
Aumento de mi motivación frente a la metodología tradicional	92,3% de acuerdo 3,8% ni de acuerdo/ni en desacuerdo 3,8% en desacuerdo	83,3% de acuerdo 11,1% ni de acuerdo/ni en desacuerdo 5,6% en desacuerdo
Aumento de mi capacidad para trabajar en equipo	73,1% de acuerdo 19,2% ni de acuerdo/ni en desacuerdo 7,7% en desacuerdo	61,1% de acuerdo 27,8% ni de acuerdo/ni en desacuerdo 11,1% en desacuerdo
Aumento de capacidad para resolver problemas	80,8% de acuerdo 19,2% ni de acuerdo en desacuerdo	77,8% de acuerdo 22,2% ni de acuerdo en desacuerdo
Aumento de capacidad para conocer el entorno empresarial	92,3% de acuerdo 7,7% ni de acuerdo en desacuerdo	83,3% de acuerdo 11,1% ni de acuerdo en desacuerdo 5,6% en desacuerdo
Aumento de mi capacidad para organizarme y planificarme	76,9% de acuerdo 11,5% ni de acuerdo/ni en desacuerdo 11,5% en desacuerdo	72,2% de acuerdo 16,7% ni de acuerdo/ni en desacuerdo 11,1% en desacuerdo
La organización de conferencias, seminarios y visitas a empresas ha favorecido mi comprensión del entorno y de la realidad empresarial	92,3% de acuerdo 3,8% ni de acuerdo/ni en desacuerdo 3,8% en desacuerdo	77,8% de acuerdo 11,1% ni de acuerdo/ni en desacuerdo 11,1% en desacuerdo
Satisfacción con la asignatura (10 muy buena-1 muy mala)	7 (3,8% de los encuestados) 8 (19,2% de los encuestados) 9 (30,8% de los encuestados) 10 (46,2% de los encuestados)	7 (3,6% de los encuestados) 8 (27,8% de los encuestados) 9 (33,3% de los encuestados) 10 (33,3% de los encuestados)
Puntuación de lo que ha aportado la asignatura a mi formación (10 mucho-1 muy poco)	5 (3,8% de los encuestados) 7 (7,7% de los encuestados) 8 (34,6% de los encuestados) 9 (11,5% de los encuestados) 10 (42,3% de los encuestados)	4 (5,6% de los encuestados) 7 (22,2% de los encuestados) 8 (27,8% de los encuestados) 9 (16,7% de los encuestados) 10 (27,8% de los encuestados)

4. Describa las medidas de difusión a las que se comprometió en la solicitud y las que ha llevado a cabo².

Descripción de las medidas comprometidas en la solicitud

Charla sobre los resultados del proyecto, sus características y aspectos más importantes que se presentará en las Jornadas de Innovación docente de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, así como en dos congresos de innovación docente.

Descripción de las medidas que se han llevado a cabo

² Si en la solicitud no indicó compromiso de difusión de resultados este criterio no se tendrá en cuenta en la evaluación

Charla sobre los resultados del proyecto, sus características y aspectos más importantes al profesorado del Departamento de Marketing y Comunicación.

Ponencia presentada al I CONGRESO INTERNACIONAL CIINECO Innovación Docente, Educación y Transferencia del Conocimiento. Abril 2023. Publicada en la editorial Egregius Ediciones.

Ponencia presentada al III CONGRESO INTERNACIONAL INNDOC Innovación en la Docencia e Investigación de las Ciencias Sociales y Jurídicas. **La universidad: del reto de la transferencia a la transformación de la sociedad. Junio 2023.** Publicada en la editorial Egregius Ediciones.

Publicados 2 capítulos de libro sobre el proyecto de innovación docente en la editorial Dyckinson.

Pendiente su presentación en las Jornadas de Innovación docente de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.