



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

ESPECIALIZACIÓN DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

PRESENCIAL

PROYECTO EDUCATIVO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO

ACADÉMICO DE LICENCIADOS EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

MENCIÓN: MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

TEMA

**INFLUENCIA DE ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS EN EL NIVEL DE APLICACIÓN DE
TIC'S DE DOCENTES EN LA CARRERA DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.**

PROPUESTA

ELABORAR UNA GUÍA DE ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

AUTORES

CHÁVEZ LINO ANDREA BEATRIZ

REALES IBARRA MAURICIO ALBERTO

CONSULTORA

MSc. ISABEL PIGUAVE JARAMILLO

GUAYAQUIL-ECUADOR

2015



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN, ESPECIALIZACIÓN MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

DIRECTIVOS

MSc. Silvia Moy-Sang Castro.

DECANA

Lcdo. José Zambrano García, MSc.

SUB-DECANO

MSc. Pilar Huayamave Navarrete Lcda.

DIRECTORA

MSc. Olga Bravo Santos Ing.

SUB-DIRECTORA

Ab. Sebastián Cadena Alvarado

SECRETARIO

Guayaquil, 6 de febrero del 2015

MSc.

Arq. Silvia Moy-Sang Castro, MSC
DECANA DE LA FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN.
Ciudad.-

De mis consideraciones:

En virtud de la Resolución Académica de la Facultad de fecha 6 de febrero del 2015, en la cual se me designó consultora de proyecto Educativo de la Licenciatura en Ciencias de la Educación, Mención: Mercadotecnia y Publicidad; tengo a bien informar lo siguiente:

El grupo integrado por **CHÁVEZ LINO ANDREA BEATRIZ Y REALES IBARRA MAURICIO ALBERTO** elaboraron **Proyecto Educativo** con el **Tema:** Influencia de Estrategias Didácticas en el nivel de aplicación de TIC'S de docentes en la carrera de **MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.** **Propuesta:** Elaborar una **GUÍA DE ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS.** El mismo que ha cumplido con las directrices y recomendaciones dadas por la suscrita.

De conformidad con lo que prescribe el Art. 4 literal b del reglamento para el diseño y ejecución de proyectos, informo que los participantes satisfactoriamente han ejecutado las diferentes etapas constitutivas del Proyecto; por lo expuesto pongo a vuestra consideración el informe de rigor para los efectos legales correspondientes.

Atentamente,

MSc. Isabel Piguave Jaramillo
CONSULTORA

DERECHOS INTELECTUALES

MSc.

SILVIA MOY-SANG CASTRO

DECANA DE LA FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

Ciudad.-

Para los fines legales pertinentes comunico a usted que los derechos intelectuales del proyecto educativo **Tema:** “Influencia de Estrategias Didácticas en el Nivel de Aplicación de TIC’S de Docentes en la Carrera de Mercadotecnia y Publicidad”
Propuesta: Elaborar una Guía de Estrategias Didácticas. Pertenecen a la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación.

Atentamente

Chávez Lino Andrea

CI: 0929682896

Reales Ibarra Mauricio

CI: 1206463455

ADVERTENCIA



LOS DERECHOS DE ESTE PROYECTO EDUCATIVO, PERTENECEN
TOTALMENTE A LA FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS
DE LA EDUCACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL,
ESPECIALIZACIÓN DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESPECIALIZACIÓN MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

TRIBUNAL EXAMINADOR
CONFIERE AL PRESENTE PROYECTO

La calificación de _____

Equivalente a _____

TRIBUNAL

SECRETARIO

DEDICATORIA

A Dios, por permitirnos llegar a este momento tan especial en nuestras vidas. Por los triunfos y los momentos difíciles que nos han enseñado a valorarlo cada día más, a nuestros padres quien con sus consejos han sabido guiarnos hasta culminar nuestra carrera profesional. A nuestros maestros que nos han enseñado cada uno de sus conocimientos. Y a nosotros, ya que hemos hecho una dupla incondicional llegando así hasta el final de un primer objetivo.

Con Cariño

Andrea Chávez Lino.

Mauricio Reales Ibarra.

AGRADECIMIENTO

A Dios, quien supo guiarnos por el buen camino, y darnos fuerzas para seguir adelante y no desmayar. A nuestros padres, pilares fundamentales en nuestras vida, sin ellos jamás hubiésemos podido conseguir lo que hasta ahora; su tenacidad y lucha insaciable han hecho ellos en nosotros un gran ejemplo a seguir, porque nos han dado todo lo que somos como persona, nuestros valores, nuestros principios, nuestro carácter, nuestro empeño, nuestra perseverancia y nuestro coraje para conseguir nuestros objetivos. A nuestros hermanos y amigos por su apoyo incondicional y desinteresado.

Muchas Gracias

Andrea Chávez Lino.

Mauricio Reales Ibarra.

ÍNDICE GENERAL

Portada.....	i
Directivos	ii
Informe del proyecto.....	iii
Derechos intelectuales	iv
Carta de originalidad.....	v
Aprobación.....	vi
Dedicatoria	vii
Agradecimiento	viii
Índice general.....	ix
Índice de cuadros.....	xiii
Índice de gráficos.....	xiv
Índice de imágenes	xv
Índice de anexos	xvi
Resumen	xvii
Abstract	xviii
Introducción.....	1

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Contexto de la investigación	5
Planteamiento del problema.....	7
Causas y consecuencias	9
Delimitación del problema	9
Formulación del problema.....	10
Evaluación del problema.....	10
Objetivos de la investigación.....	12
Justificación	12

Interrogantes de la investigación	16
---	----

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes del problema de investigación.....	17
Fundamentación teórica.....	18
¿Qué es tecnología?	18
Tecnologías y aprendizaje.....	18
Las TIC´S	19
Las tecnologías de la información (ti).....	19
Las tecnologías de la comunicación	19
Las TIC`S en la educación.....	20
TIC´S y competencias docentes en el siglo XXI.....	21
Sociedad de la información	22
Los entornos virtuales	22
Definición de enseñanza	23
Tipos de aprendizaje	24
Estrategias didácticas	25
Equipos de estrategias	26
Didáctica	27
Guía de estudio / guión de trabajo autónomo	28
Fundamentación legal	29
Identificación de las variables.....	32
Glosario de términos	33

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Método y técnicas de la investigación	35
Instrumentos de la investigación	36

Población y muestra	37
Población	37
Definición de la muestra	37
Recursos empleados	39
Análisis e interpretación de las encuestas.....	40
Conclusiones	58
Recomendaciones	58

CAPÍTULO IV

LA PROPUESTA

Título de la propuesta	59
Justificación	59
Objetivos de la propuesta.....	60
Factibilidad de su aplicación.....	60
Ubicación sectorial y física	61
Descripción de la propuesta.....	62
Actividades	63
Visión.....	63
Misión	63
Impacto social	64
Conclusión.....	64
Recomendaciones	65
Bibliografía	66
Anexos.....	68

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro No. 1:

Causas y consecuencias 9

Cuadro No. 2:

Según la participación 27

Cuadro No. 3:

Operacionalización de variables 32

Cuadro No. 4:

Población de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad 37

Cuadro No. 5:

Muestra de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad 39

Cuadro No. 6:

¿Tiene conocimientos sobre las TIC'S? 40

Cuadro No. 7:

¿Implementación de las TIC'S? 41

Cuadro No. 8:

¿Utilizan los docentes las TIC'S? 42

Cuadro No. 9:

¿Cuenta con espacios para un buen aprendizaje? 43

Cuadro No. 10:

¿La carrera cuenta con implementos tecnológicos? 44

Cuadro No. 11:

¿Laboratorios apropiados? 45

Cuadro No. 12:

¿El aula esta adecuada para el proceso educativo? 46

Cuadro No. 13:

¿Está de acuerdo que se implemente las TIC'S?47

Cuadro No. 14:

¿La cobertura del internet es buena?.....48

Cuadro No. 15:

¿Te gustaría que los docentes cambien el tradicionalismo?49

Cuadro No. 16:

¿Conocimientos de la TIC'S?50

Cuadro No. 17:

¿Implementación del uso de las TIC'S?51

Cuadro No. 18:

¿Nuevo modelo pedagógico?52

Cuadro No. 19:

¿Pueden mejorar las TIC'S el aprendizaje?53

Cuadro No. 20:

¿Aplicación de las TIC'S?54

Cuadro No. 21

¿Ha recibido charlas sobre las TIC'S?55

Cuadro No. 22

¿Charlas constantes?.....56

Cuadro No. 23

¿Áreas adecuadas para impartir sus clases?57

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1:

¿Tiene conocimientos sobre las TIC'S?40

Gráfico No. 2:

¿Implementación de las TIC'S?41

Gráfico No. 3:

¿Utilizan los docentes las TIC'S?42

Gráfico No. 4:

¿Cuenta la carrera con espacios para un buen aprendizaje?.....43

Gráfico No. 5:

¿Cuenta con implementos tecnológicos la carrera?.....44

Gráfico No. 6:

¿Laboratorios apropiados?45

Gráfico No. 7:

¿El aula esta adecuada para el proceso educativo?46

Gráfico No. 8:

¿Está de acuerdo que se implementen las TIC'S?.....47

Gráfico No. 9:

¿La cobertura del internet es buena?.....48

Gráfico No. 10:

¿Te gustaría que los docentes cambien el tradicionalismo?49

Gráfico No. 11:

¿Conocimientos de las TIC'S?50

Gráfico No. 12:

¿Implementación del uso de las TIC'S?51

Gráfico No. 13:

¿Nuevo modelo pedagógico?52

Gráfico No. 14:

¿Pueden mejorar las TIC'S el aprendizaje?53

Gráfico No. 15:

¿Aplicación de las TIC'S?.....54

Gráfico No. 16:

¿Ha recibido charlas sobre las TIC'S?55

Gráfico No. 17:

¿Charlas constantemente?56

Gráfico No. 18:

¿Áreas adecuadas para impartir sus clases57

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen No. 1:

Mapa de la Facultad de Filosofía61

Imagen No. 2:

Instalación donde se Desarrolló el Proyecto Educativo62

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo No.1

Oficio enviado a la directora de la carrera..... 69

Anexo No.2

Oficio de autorización de la directora de la carrera..... 70

Anexo No.3

Foto de la fachada principal..... 71

Anexo No.4

Mapa satelital..... 72

Anexo No.5

Mapa Terrestre 73

Anexo No.6:

Croquis 74

Anexo No.7

Modelo de encuestas a estudiantes 75

Anexo No.8:

Modelo de la encuesta a docentes 76

Anexo No.9:

Fotos de encuestas a estudiantes 77

Anexo No.10

Fotos de encuestas a docentes 78

Anexo No.11:

Fotos de consultoría académica 79

Anexo No.12:

Asistencia a consultorías..... 80



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESPECIALIZACIÓN MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD**

TEMA

**INFLUENCIA DE ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS EN EL NIVEL DE APLICACIÓN DE TIC'S
DE DOCENTES EN LA CARRERA DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.**

PROPUESTA

ELABORAR UNA GUÍA DE ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS.

AUTORES

**CHÁVEZ LINO ANDREA BEATRIZ
REALES IBARRA MAURICIO ALBERTO**

CONSULTORA

Msc. ISABEL PIGUAVE JARAMILLO

RESUMEN

El presente proyecto propone ser una alternativa de solución al problema, la falta y uso de las TIC'S en el proceso de enseñanza y aprendizaje de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad. Por ello, nos hemos basado en diferentes investigaciones con temas relevantes como lo son: Las TIC'S en la Educación, ¿Qué es Tecnología?, TIC'S y Competencias de Docentes en el Siglo XXI; que nos ayudó a justificar el porqué de la elaboración de la Guía de Estrategias Didácticas para la carrera de Mercadotecnia y Publicidad. Con esta propuesta planteada se pretende cambiar el proceso de enseñanza - aprendizaje, ya que las nuevas tecnologías no solo generan cambio, sino que ayuda a adaptarnos a las mismas. Además, nuestra propuesta está realizada bajo la investigación de Campo y Aplicada la misma que nos ayudó a tener más acercamiento con los Estudiantes y Docentes; cuando se realizaron las encuestas pudimos llegar a la conclusión, que con nuestra propuesta se logrará crear beneficios para la Carrera de Mercadotecnia y Publicidad, ya que con la aplicación de las TIC'S en el proceso de enseñanza, logrando cambiar el tradicionalismo al momento de impartir sus conocimientos, logrando que docentes y estudiantes, estén preparados para enfrentarse al mundo tecnológico como el de hoy.

Descriptores:	Estrategias Didácticas	Aplicación de TIC'S	Guía de Estrategias Didácticas
----------------------	-----------------------------------	--------------------------------	---



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESPECIALIZACIÓN MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD**

**TEMA
INFLUENCIA DE ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS EN EL NIVEL DE APLICACIÓN
DE TIC'S DE DOCENTES EN LA CARRERA DE MERCADOTECNIA Y
PUBLICIDAD.**

**PROPUESTA
ELABORAR UNA GUÍA DE ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS**

**AUTORES
CHÁVEZ LINO ANDREA BEATRIZ
REALES IBARRA MAURICIO ALBERTO**

**CONSULTORA
Msc. ISABEL PIGUAVE JARAMILLO**

ABSTRACT

This project proposes an alternative solution to the problem, lack and use of TIC'S in the process of teaching and learning career of Marketing and Advertising. Therefore, we have relied on different research relevant topics such as: The TIC'S in Education, Technology, What is TIC'S and Skills of Teachers in the XXI Century; which helped to justify why the development of the Guide to Teaching Strategies for the race on Marketing and Advertising. This raised proposal seeks to change the teaching - learning, because new technologies not only generate change, it helps to adapt to them. In addition, our proposal is made in the research field and Applied it helped us to be more closer to Students and Teachers; when the surveys we could conclude that our proposal is able to create benefits for the Race of marketing and advertising, because with the application of TIC'S in the teaching process, managing change traditionalism when impart their knowledge, making teachers and students are prepared to meet the technological world like today.

Key words:	Instructional Strategies	Application of TIC`S	Guide Teaching Strategies
-------------------	-------------------------------------	---------------------------------	--------------------------------------

INTRODUCCIÓN.

La Tecnología de la Información y la Comunicación (TIC'S), en los últimos años han hecho un cambio irrevocable al desarrollo de casi todas las actividades del hombre, que se han involucrado con todas las ramas y áreas del conocimiento siendo imposible en la actualidad realizar algunas tareas sin el uso de las TIC'S.

Llegando a deliberar, que si no existe una solvencia en el uso de las TIC'S en muchos profesores del sistema de educación superior, más lejos está aún el que se cuestionen ellos mismos su metodología, la verdad es que no es tan fácil esta evolución de la educación tradicional de la tiza, el pizarrón y los textos a la educación con tecnología y nuevas herramientas a su labor.

Del problema que encontramos anteriormente nace la propuesta del proyecto, de elaborar una guía de estrategias didáctica en el uso de Tecnologías, Información y Comunicación que permita a los profesores de esta institución y a todos los docentes del nivel superior incorporar las mismas estrategias a su trabajo del día a día.

Se tomó a la carrera de **MERCADOTECNICA Y PUBLICIDAD** debido a la deficiencia en el uso de tecnologías de la información, lo cual se evidencia a través de una planta docente donde un porcentaje alto continúa usando los mismos contenidos de hace muchos años atrás y se resisten a incorporar dispositivos electrónicos de proyección así como enciclopedias y bibliotecas virtuales, correo electrónico y en algunos casos hasta ingresar las calificaciones directamente en el sistema informático académico de la institución.

Este proyecto tiene entonces la finalidad de crear **UNA GUÍA DE ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS**, que sirva como referente para la auto preparación de docentes, buscando así que los profesores conozcan las TIC'S, además del uso que puede darle dentro de las diferentes actividades del aula, lo cual genere una transformación dentro de la institución en beneficio de los estudiantes que verán fortalecido las destrezas y habilidades necesarias para el cumplimiento del perfil profesional de acuerdo a las exigencias tecnológicas y científicas.

Cabe señalar que en pleno siglo XXI la Facultad de Filosofía Letras y Ciencias de la Educación (Universidad de Guayaquil), se enfrenta al desafío del uso de las TIC'S como herramienta básica para la enseñanza-aprendizaje de los Docentes y Alumnos. En este nivel superior no se han visto estos cambios y en un constante intento por un mejoramiento de su calidad también se ha visto afectada por la necesidad de incluir en sus procesos las Tecnologías de la Información y la Comunicación, consideradas por este momento como un pilar en el desarrollo de la sociedad.

Este modelo pedagógico ayuda a contribuir al proceso de enseñanza y aprendizaje de tal forma que el país, sus regiones y ciudades puedan ser más rentables y competitivos, convirtiendo a nuestro país como una sociedad de conocimiento donde una de las principales fuentes para el progreso del país está basada en la educación.

Un resultado esperado sobre el uso de las TIC'S consiste en incitar a los involucrados en el ámbito educativo al uso apropiado de las misma para el beneficio de una educación superior de calidad, debido a que el mundo contemporáneo hoy en día se basa en el conocimiento de sus habitantes e interés de la sociedad en las actividades científicas y tecnológicas.

Lo que se busca es generar cambios generales en la forma de aprender y comunicarse más que cambios curriculares, motivos por los cuales los profesionales de esta sociedad de conocimiento es imprevisible, razones por las cuales se los tiene que preparar para aprender a cambiar más que a formarlos en competencias, ya que estarán obsoletos o serán inútiles.

Esto provocará importantes impactos obligando a nuevas formas de pensar en la complejidad del mundo de hoy, esta nueva aplicación obliga a proyectar un nuevo perfil del profesional y egresado, diseñando modelos curriculares que permitan alcanzar ese objetivo, para ser capaz de desempeñarse con excelencia en la sociedad del conocimiento se debe desarrollar competencias que le permita ser capaz de enfrentarlas exitosamente permitiéndole obtener capacidades efectivas y eficaces.

Capítulo I: Aborda el problema objeto de estudio solo describe, fija su ubicación y se lo justifica. Se sintetiza el problema de acuerdo a los parámetros previamente establecidos, es decir el contexto de la investigación, problema, formulación del problema, situación conflicto, justificación, se fijan los objetivos general y específicos además se establece la hipótesis y se formulan las interrogantes con la finalidad de direccionar la investigación.

Capítulo II: Marco teórico y contextual. Donde se relaciona conceptos de los orígenes de las TIC'S, la tecnología y el aprendizaje, TIC'S, entornos virtuales, además nos presenta fundamentaciones legales.

Capítulo III: Se refleja en este, el tipo de metodología, análisis e instrumentos de la investigación, encuestas, población y muestra definición,

conoceremos el número de población a encuestar llegando a la conclusión y designación de resultados.

Capítulo VI: Justificación y objetivos de la propuesta, donde la factibilidad del mismo debe ser 100% reflejada describiendo, implementando y validando.

CAPÍTULO I
EL PROBLEMA
Contexto de la investigación del problema

La integración de las tecnologías de la información y comunicación en la educación, se considera únicamente en la actualidad, como una de las oportunidades claves para mejorar e innovar la educación y el aprendizaje ya que el conocimiento es el factor principal de la humanidad es una creación de riqueza. El desarrollo acelerado de la sociedad de la información está suponiendo retos, impensables hace unos años, para la educación y el aprendizaje.

Tal vez, lo más relevante sea que nos encontramos con una generación de aprendices que no han tenido que acceder a las nuevas tecnologías, sino que han nacido con ellas y que se enfrentan al conocimiento desde postulados diferentes a los del pasado. Ello supone un desafío enorme para los profesores y gestores de las políticas públicas relacionadas con la innovación, tecnología, ciencia y educación.

Es importante recordar que existen grandes diferencias entre los países iberoamericanos a los países más desarrollados, pero así mismo, hay diferencias dentro de ellos mismos. ECUADOR es uno de los países iberoamericanos pero aun así, en este gigantesco cambio tecnológico mundial se mantiene aún al margen de las TIC'S, a pesar de los enormes progresos que ha hecho el Presidente de la República, sigue aun existiendo importantes retos para que la apropiación de las tecnologías de la información en el ámbito educativo sea una realidad.

Las TIC'S en el nuevo currículo provocara importantes impactos en las estructuras de pensamiento, obligado a desarrollar nuevas formas de pensar para entender la complejidad del mundo de hoy, con las TIC'S el espacio educativo pasó desde el aula y la infraestructura física de la Universidad hacia un espacio educativo conformado por las TIC'S o espacio virtual. De esta manera el proceso de enseñanza/aprendizaje se hace más activo y centrado en el estudiante.

Es necesario un profesor más sabio que oriente el camino de aprendizaje del alumno sin diseñarlo. Un profesor que ayuda a fortalecer los conocimientos previos del alumno con enfoque epistemológicos y metodológicos audaces, para que este genere sus propios conocimientos a partir de su observación. Es un profesor que al mismo tiempo tiene la obligación de profundizar sus propios procesos de aprendizaje continuo y disponer para ello de tiempo adecuado que la universidad debe garantizar.

La aplicación de las TIC'S, provoca cambios en el proceso de enseñanza - aprendizaje permitiendo que los estudiantes aprendan no solo de forma diferente, sino que además con capacidad para sintetizar mayor cantidad de conocimientos con una calidad superior.

En esta nueva modalidad de enseñanza/aprendizaje, los conocimientos previos entendidos como dominios cognitivos juegan el rol principal. Los conocimientos previos son el conjunto de saberes que una persona tiene del mundo en que vive y debería expresar las realidades más profundas o tendencias del desarrollo histórico de la sociedad y la naturaleza.

La carrera de Mercadotecnia y Publicidad de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencia de la Educación siempre ha estado al margen del uso de

tecnología en pro de mejorar la calidad del proceso de enseñanza y aprendizaje, pero como estudiantes de esta institución superior se es evidente el deterioro de actualización que hay en los docentes. No existe alguna planificación que reivindique a los docentes el uso de TIC'S en los sílabos ni tampoco una evaluación del uso de las mismas en el aula, quedando entonces a cordura de los docentes el uso de las tecnologías, información y comunicación en sus procesos de inter - aprendizaje.

Es por estos que son muy poco los docentes que han incorporado las tecnologías de la información y la comunicación a sus procesos de clase, quitando de cierta manera a los estudiantes las ventajas que presentan el uso de las TIC'S.

Planteamiento del Problema.

Esta Investigación, está orientada a destacar la importancia y la implementación de las TIC'S en el proceso de enseñanza y aprendizaje en la carrera de Mercadotecnia y Publicidad buscando con esta herramienta la capacidad de transformar la enseñanza y el aprendizaje debido a que la educación en la actualidad ya no solo es vista como el instrumento para fomentar el acrecentamiento y la socialización de las personas o como identidad nacional. En la actualidad la educación se ha transformado en el método principal del crecimiento económico y social. Habitualmente, la educación ha sido considerada una preferencia de las políticas culturales, de confort social y equidad de nuestro país.

Las TIC'S, se presentan en la contemporaneidad como instrumentos potentes para promover el aprendizaje, desde un punto de perspectiva cuantitativo y cualitativo estas tecnologías hacen factible nuevos recursos y

posibilidades educativas, motivos por los cuales se busca implementar esta estrategia didáctica en el Sílabo buscando transformar el escenario educativo de la carrera de **Mercadotecnia y Publicidad**.

Así, mientras que en algunos países la totalidad de los centros educativos ya cuentan con un eminente nivel de infraestructura y disponen de conexión de banda ancha en todos los centros educativos. Estas diferencias no solo se da entre países o regiones, sino que a menudo se da dentro de la misma región, ciertamente el acceso del profesorado y del alumnado a las TIC'S es una condición necesaria para alcanzar una educación de calidad.

Para que la implementación de las TIC'S obtenga resultados en el proceso de enseñanza y aprendizaje, se necesita excelentes recursos tecnológicos los mismos que nos permitirán representar, procesar, transmitir y distribuir información, para que el profesor pueda medir su progreso y las dificultades de los estudiantes mediante aplicaciones de Software las mismas que también le permitirán a los estudiantes evaluar su evolución de aprendizaje.

Esta situación está provocando inconvenientes en nuestros sistemas educacionales en todos sus niveles, limitando el perfil de los profesionales del país, éstas son consecuencias fundamentales para la educación, porque si es sociedad de información, el proceso de enseñanza/aprendizaje se centrará en la enseñanza del docente, ya que juega el rol de tutor, guía para los estudiantes para que fortalezcan sus conocimientos y así mismo genere nuevas expectativas e innove constantemente.

Considerando que una educación de calidad garantiza su correspondencia con las exigencias y el nivel actual de la tecnología y la organización y gestión.

Causas y Consecuencias.

Cuadro No. 1
Causas y Consecuencias

<u>Causas</u>	<u>Consecuencias</u>
➤ Algunos Docentes utilizan metodología tradicional y no incorporan la TIC´S.	➤ Clases monótonas para los estudiantes.
➤ Carencia de infraestructura en la institución.	➤ Estudiantes en desventaja competitiva con el mundo laboral.
➤ Aulas de clase no cuentan con herramientas tecnológicas necesarias.	➤ Docentes deben seguir con las clases tradicionales.
➤ Algunos docentes no utilizan estrategias didácticas activas.	➤ Estudiantes no prestan atención y se desmotivan.

Elaborado por: Andrea Chávez y Mauricio Reales.

Delimitación del Problema.

Campo: Educativo.

Área: Técnica de Estudio.

Aspectos: Estrategias Didácticas, Aplicación de TIC´S, Guía de Estrategias Didácticas.

Tema: Influencia de Estrategias Didácticas en el Nivel de Aplicación de TIC´S de Docentes en la Carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Propuesta: Elaborar una Guía de Estrategias Didácticas.

Formulación del Problema.

¿De qué manera las **ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS** influyen en el nivel de manejo de las TIC'S de Docentes en la carrera de Mercadotecnia y Publicidad de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación de la Universidad de Guayaquil, del periodo 2014?

Evaluación del Problema.

Este tema de investigación puede ser estimado desde los siguientes aspectos:

Delimitado:

La indagación se ejecutará exclusivamente en la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación, especialización Mercadotecnia y Publicidad, donde se tomará a toda su población conformada por 1183 Estudiantes y 54 Docentes para el estudio.

Evidente:

Es notable la carencia que existe en cuanto al uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC'S) por parte del profesorado, situaciones que permiten observar que no utilizan estas estrategias al momento de planificar y ejecutar la clase, por la falta de seguimiento y evaluación por parte de las autoridades en el aula al momento de impartir la clase.

Relevante:

El uso de las TIC'S en la coetaneidad debido a los interminables beneficios que brinda para el Hombre y la Ciencia se puede considerar como el desarrollo de la inteligencia de aprender a aprender, adoptando una autonomía creciente y que dispongan de herramientas intelectuales que les permitan un aprendizaje incesante a lo largo de la vida, por lo tanto es necesario impulsar el uso a lo largo del sistema educativo, más aún, si se trata del sistema de educación superior.

Contextual:

Este proyecto de indagación se sitúa dentro del ámbito educativo y de la ilustración al profesorado para que de esta forma se sientan con la capacidad de crear proyectos complejos y colaborar con otros docentes, aprendiendo ininterrumpidamente a utilizar las TIC'S, lo cual se verá reflejado en los logros de los nuevos profesionales del medio educativo.

Factible:

El estudio de nuestra investigación y elaboración de la propuesta es lograr en los seis primeros meses de ejecución del proyecto que el 60 % de los docentes y alumnos se adapten a las nuevas Estrategias Didácticas más acorde con necesidades que la nueva sociedad presenta y al finalizar el proyecto 100% docentes y alumnos hayan cambiado su enfoque centrado, los docentes que hayan dejado atrás la práctica alrededor del tablero y el discurso basado en las clases magistrales; y que el estudiante interactúe adquiriendo nuevos conocimientos a través de una búsqueda continua de contenidos y procedimientos.

Objetivos de la Investigación.

Objetivo General.

Establecer la influencia de **ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS** en el nivel de aplicación de las **TIC'S** de los docentes en la carrera de **MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD**, mediante un accionar de prácticas en laboratorio, involucrando a instructores, alumnos y docentes, para elaborar una guía de **ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS**.

Objetivos Específicos:

- Definir las estrategias didácticas, mediante la revisión de planes, encuestas y test de conocimientos.
- Interpretar el nivel de aplicación de **TIC'S** en los docentes mediante clases demostrativas, regidas a una medición.
- Operar con los elementos más electivos para la elaboración de guía de **ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS** a partir de los datos obtenidos.

Justificación

Este trabajo de investigación es de suma importancia, por cuanto se lo va a realizar en la actual sociedad de la información, y desde una perspectiva del mundo educativo, podemos decir que las **TIC'S** son un aprendizaje indispensable para todo ciudadano. La iniciativa es que al final todos los alumnos salgan con una adecuada "sabiduría digital". También es preciso una cultura audiovisual puesto que vivimos en un mundo donde cada vez son más frecuentes y tienen más importancia los mensajes audiovisuales: televisión, multimedia, etc.

Las TIC'S, son también una herramienta que facilita la realización de múltiples trabajos en la comunidad educativa: gestión de instituciones, elaboración de materiales didácticos, la integración de las TIC'S en el conjunto de las herramientas educativas permite mejorar los procesos de enseñanza y aprendizaje y de gestión.

Son herramientas que facilita la formación permanente a lo largo de la vida. No sólo ofrecen nuevas funcionalidades con un gran potencial para la innovación educativa, sino que también permiten desarrollar nuevos contexto de aprendizaje virtual, que liberan a los estudiantes de los horarios fijos que imponen los sistemas presenciales.

El mismo ayudará a contribuir eficazmente a la igualdad de oportunidades, puesto que permiten acercar el aprendizaje al hogar y al trabajo o a ciudades dispersas y aisladas.

Finalmente, podemos decir que las TIC'S son un canal formativo paralelo, fuente de múltiples aprendizajes informales por parte de los estudiantes, especialmente a través de la televisión y el Internet. Es preciso que la Facultad de Filosofía Letras y Ciencias de la Educación aproveche esta Guía Didáctica y que se considere y se ordene todos estos conocimientos.

Conveniencia.

Influirá en el desarrollar del perfil profesional de los egresados, ya que es importante el cambio de la calidad de educación que tenemos, siendo esencial la educación y su medio exterior, tratando de desarrollar un enfoque novedoso el mismo que reside en el diseño de aprendizaje permitiendo enfrentarse a sus participantes a sociedades complejas del mundo de hoy, generando conocimientos constantes.

Este nuevo modelo pedagógico incorporando la aplicación de la TIC'S, creará un fuerte impacto en la educación que permitirá crear nuevos conocimientos, innovadores enfoques sobre el mundo y dominio de mayor cantidad de lenguajes para estar integrados a la nueva sociedad de la información y la adecuación constante de los procesos educativos a su entorno, comprendiendo el funcionamiento del sistema operativo de sus equipos y el uso de las herramientas tecnológicas básicas.

Relevancia Social.

El Internet y las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC'S) están generando profundos cambios en la forma en que los individuos, comunidades, empresas, gobiernos y todo tipo de organizaciones se relacionan entre sí, con el mundo. Siendo además, fuentes de generación y validación de conocimiento compartido, el Internet ha cambiado de manera radical la forma en que las personas aprenden. Por una parte, la disponibilidad de las fuentes de información, por otra la manera en que intercambiamos datos de todo tipo.

Los impresionantes avances de la tecnología están moldeando formas de aprendizaje e interacción que han vuelto obsoletos sistemas pedagógicos en colegios y universidades que siguen promoviendo formas analógicas de enseñanza: lineales, autoritarias, de conocimiento validado por la autoridad académica.

El objetivo de nuestro proyecto es crear una guía de estrategias didácticas de aplicación de TIC'S beneficiando a estudiantes, docentes, establecimiento y autoridades creando capacidades de innovación, para mejorar la calidad de la educación y de los procesos de aprendizaje.

Implicaciones Prácticas.

Los cambios tecnológicos están ocasionando nuevas transformaciones en las instituciones educativas superior, la implementación de estas estrategias ayudan a surgir entre el tutor y el aprendiz. Con mayor razón la nueva situación de aprendizaje requiere una fuerza mayor en el entendimiento del tipo de la sociedad en que se vive entregando asignaturas pertinentes al aprendiz que les permita conocerlas e incorporarlas.

Valor Teórico.

Con la propuesta en mente, tenemos pensado cambiar la ideología con la que se enseña a los alumnos de la carrera de **MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD** resaltando, que las nuevas tecnologías no solamente generan cambios, sino que nos sirven para adaptarnos a los mismos, pero más que reformas superficiales o adicción de tecnología, la educación necesita ser recompensada y reestructurada desde la base, las TIC'S pueden contribuir al acceso universal a la educación, igualdad y el ofrecimiento de enseñanza y aprendizaje de calidad en el desarrollo profesional de los docentes, así como la gestión, dirección y administración más eficientes del sistema educativo.

Utilidad Metodológica.

No es de sorprenderse que las TIC'S, presente grandes oportunidades en el sector educativo. Más bien debería ser una sorpresa que no hayan tenido una influencia tan profunda como la que hemos visto en otros ámbitos, Irina Bokova afirma que las TIC'S pueden mejorar las oportunidades de aprendizaje, facilitar el intercambio de información científica e incrementar el acceso a contenido lingüístico y culturalmente diverso y que las TIC'S

también ayudan a promover la democracia, el dialogo y la participación cívica.

Interrogantes de la investigación.

1. ¿Qué es la tecnología y el aprendizaje?
2. ¿Qué es tecnología?
3. ¿Qué son las TIC'S?
4. ¿Qué son las tecnologías de la información?
5. ¿Qué son las Tecnologías de la Comunicación?
6. ¿Las TIC'S en la Educación?
7. ¿Las TIC'S y competencias docentes del siglo XXI?
8. ¿Qué es la sociedad de la información?
9. ¿Definición de los entornos virtuales?
10. ¿Para qué sirven los entornos virtuales?
11. ¿Tipos de entornos virtuales?
12. ¿Definición de enseñanza?
13. ¿Definición de aprendizaje?
14. ¿Tipos de aprendizaje?
15. ¿Qué son las estrategias didácticas?
16. ¿Clasificación de los equipos de estrategias?
17. ¿Clasificación de estrategias según su participación?
18. ¿Qué es guía didáctica?
19. ¿Qué es guía de la asignatura?
20. ¿La guía de estudio o guión de trabajo?

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes Históricos.

En los últimos años, las sociedades han venido enfrentándose a un nuevo escenario donde la información y el conocimiento constituyen activos cruciales para la producción, la competitividad, el crecimiento y desarrollo económico. Pero que bajo el esquema tradicional en el que se ha venido desarrollando la educación, es realmente muy difícil que esta cumpla con los nuevos desafíos de la sociedad actual.

Por ello, es necesario que las instituciones educativas comiencen a cambiar sus metodologías y estrategias tradicionales por otras; que le permitan enfrentar con éxito los retos que se le están presentando. Una de las herramientas que están causando cambios profundos en la forma de realizar los procesos en las distintas empresas públicas y privadas son las TIC'S.

Las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC'S), se ha vuelto una herramienta para muchos indispensable; han influenciado en la forma de vida de millones de personas alrededor del mundo de tal manera que no existe sector de conocimiento humano en donde no se la haya incluido.

Por esta razón, se hace necesario indicar que en esta nueva era, conocida como Sociedad de la Información y el Conocimiento, la educación tiene un importante papel que cumplir, el cual consiste en: fomentar el desarrollo del

capital humano para un mejor aprovechamiento de la información y la adquisición de conocimiento.

Fundamentación Teórica.

Qué es la tecnología

Las tecnologías son un conjunto de conocimientos y de procesos de transformación que va desde insumos hasta el producto final, comprendiendo herramientas, métodos, programas, procesos, diseños, ambiente del trabajador y flujos del trabajo, todo lo cual lleva a nuevas formas de organizar el trabajo y prácticas.

Son nuevos sistemas para crear riqueza que depende por completo de la comunicación y distribución instantánea de datos, ideas y símbolos, todo ello denominado como el efecto comunicacional del cambio tecnológico.

Tecnología y Aprendizaje.

Lo que sucede es que la tecnología está incrementando la complejidad de cada puesto de trabajo, desplazándose el empleo de los sistemas productivos intensivos en mano de obra a aquellos intensivos en conocimientos. En la misma medida que el contenido del trabajo en términos de conocimiento crece, los puestos de trabajo van cambiando de carácter, exigiéndose una mayor cultura profesional y simultáneamente aumento de la especialización, disminuyendo con ellos la intercambiabilidad de estos puestos.

LAS TIC´S.

Corresponden a un conjunto de avances vinculados a tres conceptos: la informática, las telecomunicaciones y las tecnologías audio visuales. Las TIC´S pueden contribuir al acceso universal a la educación, la igualdad en la educación, el ofrecimiento de enseñanza y aprendizaje de calidad, el desarrollo profesional de los docentes, así como a la gestión, dirección y administración más eficientes del sistema educativo. (ORDUZ, 2012)

Las Tecnologías de la Información (TI).

Se conoce como tecnología de información (TI), a la utilización de tecnología específicamente computadoras y ordenadores electrónicos para el manejo y procesamiento de información específicamente la captura, transformación, almacenamiento, protección, y recuperación de datos e información.

Son herramientas que sirven para manejar, gestionar y administrar la información en una infinidad de áreas, por ejemplo: seguridad, publicación, generación, etc. Su aporte es permitir el acceso a todo tipo de información y en cualquier formato: textual (desde artículos hasta enciclopedias completas) gráfico (bancos de imágenes y videos), y sonoro (audios).

Las Tecnologías de la Comunicación (TC).

Son el producto de la interconexión de dos o más (por ejemplo, dos computadores) que comparten información (datos, voz, video e imágenes), corresponden a las herramientas de telecomunicaciones: televisión, radio, satélites, internet, redes informáticas de área local (LAN, típica de oficina), video conferencias, telefonía celular, periódicos y revistas digitales, redes

cableadas o inalámbricas (WLAN o WiFi), correo electrónico, chat, blog, aulas virtuales. Se constituyen en canales de comunicación para difundir rápidamente información y contactar con cualquier persona en el mundo.

La combinación de ambas tecnologías forma las TIC'S. por ejemplo una plataforma de e-learning es producto de los dos, puesto que, por un lado, se conecta la plataforma con el servidor (Tecnología de la Comunicación), y por otro fluye información (Tecnologías de la Información) en formato multimedia.

El método que aportan las tecnologías para transferir y hacer llegar un mensaje comunicativo tradicional. Siempre se vinieron ligando a las tradicionales televisión, prensa y radio mayormente.

Las TICS en la Educación.

La educación del siglo XXI se enfoca en aprender a aprender por lo tanto, en un nuevo sistema educativo, implementar las TIC'S, es viable y pertinente, teniendo en cuenta dos aclaraciones básicas.

1) Las TIC'S son medios (aplicaciones) y no fines; son herramientas que facilitan en aprendizaje y el desarrollo de competencias. Juan Páez Salcedo (2010)

2) Las TIC'S son generadoras de información y no de conocimiento, claro que con una mediación adecuada, esa información puede convertirse en conocimiento; para que esto sea así, la información debe ser analizada, reflexionada y evaluada. Sergio Monge (2009)

En el aula de clases, las TIC'S son potenciales instrumentos cognitivos que pueden ayudar al estudiante a ampliar las capacidades intelectuales, al abrir nuevas posibilidades de desarrollo individual y social.

Las nuevas tecnologías estimulan el desarrollo de competencias como investigar, seleccionar, organizar y manejar nueva información; la autonomía para aprender; autoestima y motivación interna.

Las TIC'S, convertidas en herramientas potencializadas para la mente, facilitan la creación de ambientes de aprendizaje enriquecidos y altamente significativos, que pueden adaptarse a modernas estrategias de aprendizaje.

TIC'S y Competencias Docentes del Siglo XXI.

La sociedad actual, caracterizada por la complejidad, el cambio, el conflicto de valores, la incertidumbre y la inequidad, ha puesto en observación el paradigma educativo centrado en la trasmisión de información y, por ende, los roles del docente como responsable de dicho proceso administrativo y del alumno como receptor – reproductor de dicha información. Para afrontar los retos del siglo XXI, la educación debe de estar dirigida a promover capacidades y competencias, no solo conocimientos cerrados o técnicas programadas.

De esta manera, la metáfora educativa del estudiante, plantea que este requiere ser un aprendiz autónomo, capaz de auto arreglarse y con habilidades para el estudio independiente. Auto - motivado y permanente. Lo relevante del aprendizaje es poder “transformar lo que se sabe” y no únicamente poder “decir lo que se sabe” como en el caso de la educación centrada en la adquisición de saberes declarativos inmutables.

En correspondencia, el profesor, como agente mediador de los procesos que conducen a los estudiantes a la construcción del conocimiento y a la adquisición de las capacidades mencionadas, requiere no solo dominar estas, sino apropiarse de nuevas competencias para enseñar.

Hoy en día, se espera que los profesores privilegien estrategias didácticas que conduzcan a sus estudiantes la adquisición de habilidades cognitivas de alto nivel, a la interiorización razonada de valores y actitudes, a la apropiación y puestas en práctica de aprendizajes complejos, resultado de su participación activa de ambientes educativos experienciales y situados en contextos reales.

Sociedad de la Información.

La **UNESCO** define las nuevas tecnologías de la información como “el conjunto de disciplinas científicas, tecnológicas, de ingeniería y de técnicas de gestión utilizadas en el manejo y procesamiento de la información; sus aplicaciones; los computadores y su interacción con hombres y máquinas y los contenidos asociados de carácter social, económico y cultural” (Raitt,2009)

Los entornos Virtuales.

En los marcos de este paradigma se está creando un nuevo y singular ambiente de aprendizaje. Se está desarrollando con especial fortaleza la riqueza y susceptibilidad de respuesta a un entorno reactivo e inteligente, donde existen variables de alto estímulo que afecta la inteligencia y que forma personas inquisitivas, exploratorias, imaginativas, prospectivas, de

visión holística, sistemática y cuestionadora, dispuestas a correr a riesgos y asumir el error.

Para que nos sirven los entornos virtuales.

El entorno puede ser además entorno de aprendizaje, es decir, el marco en el que se lleva a cabo la acción formativa. Pensamos que los entornos de aprendizaje deben además estar preparados para hospedar otro tipo de interacciones a parte de las educativas, tales como intercambio de información, gestión de recursos, relaciones sociales, etc. Los entornos pensados únicamente para el aprendizaje tienden a ser obsoletos ya que al dejar de lado el potencial comunicativo y relacional de las TIC dejan también de lado muchas otras posibilidades formativas.

Las plataformas de e-learning deberán sustentarse, desde la perspectiva de la gestión y sin entrar propiamente en los aspectos de aprendizaje o de aula, en cuatro pilares básicos: la información, la comunicación, la cooperación y la administración.

Definición de Enseñanza.

La enseñanza en la sociedad de la información debe de tener en cuenta al estudiante y sus procesos de aprendizaje. Debe abrirse el análisis pedagógico que permita su enriquecimiento, contando con las posibilidades que ofrecen las TIC'S para lograr una enseñanza de calidad hacia el alumno.
Definición de Aprendizaje.

Es el proceso de adquisición que explica en parte, el enriquecimiento y la transformación de las estructuras internas, de las potencialidades del individuo

para comprender y actuar sobre su entorno, de los niveles de desarrollo que contienen grados específicos de potencialidad. Siendo uno de los esenciales del aprendizaje la intencionalidad donde los alumnos adquieren conocimientos también fuera del aula.

Tipos de Aprendizaje.

- Aprendizaje Social.
- Aprendizaje Verbal y Conceptual.

Aprendizaje Social.

Es la adquisición de pautas de conducta y de conocimientos relativos a las relaciones sociales, aunque sin duda se vincula con otras categorías de aprendizaje, dentro de los tipos de aprendizaje social, se puede distinguir:

- El aprendizaje de habilidades sociales, formas de comportamiento propias de la cultura, que adquirimos de modo implícito es nuestra interacción cotidiana con otras personas.
- La adquisición de actitudes o tendencias a comportarse de una forma determinada en presencia de ciertas situaciones o personas.

Aprendizaje Verbal y Conceptual.

Nos permite atribuir significado a los hechos que encontramos, interpretándolos dentro de un marco conceptual de los conocimientos previos que tienen origen en la teoría implícita y las representaciones

sociales, con el fin de contribuir con nuevas estructuras conceptuales a esos conocimientos.

Aprendizaje de Procedimientos.

Relacionado con la adquisición y con la mejora de nuestras habilidades y destrezas o estrategias para hacer cosas concretas, con el fin de alcanzar siempre el mismo objetivo. Es un aprendizaje que nos permite planificar, tomar decisiones y controlar la aplicación de las técnicas para adaptarlas a las necesidades específicas de cada tarea. (Ornelas, 2010)

Estrategias Didácticas.

La estrategia es un sistema de planificación aplicado a un conjunto articulado de acciones, permite conseguir un objetivo, sirve para obtener determinados resultados. De manera que no se puede hablar de que se usan estrategias cuando no hay una meta hacia donde se orienten las acciones.

En la definición de una estrategia es fundamental tener clara la disposición de los alumnos al aprendizaje y por tanto, sus posibilidades de orden cognitivo y su aplicación en la práctica requiere del perfeccionamiento de procedimientos y de técnicas cuya elección detallada y diseño son responsabilidad del docente.

La estrategia didáctica es la planificación del proceso de enseñanza aprendizaje para la cual el docente elige las técnicas y actividades que puede utilizar a fin de alcanzar los objetivos propuestos y las decisiones que debe tomar de manera consciente y reflexiva.

Las estrategias didácticas se involucran con la selección de actividades y prácticas pedagógicas en diferentes momentos formativos, métodos y recursos de la docencia, permite asumir coherentemente el Aprendizaje Colaborativo como una propuesta para los espacios mediados, o de orden tutorial.

Equipos de Estrategias.

Se presentan distinciones en dos diferentes ejes de observación: la participación, que corresponde al número de personas que se involucra en el proceso de aprendizaje y que va del auto aprendizaje al aprendizaje colaborativo y, por la otra, las técnicas que se clasifican por su alcance donde se toma en cuenta el tiempo que se invierte en el proceso didáctico.

Clasificación de estrategias y técnicas según la participación: Ejemplos de estrategias y técnicas:

Cuadro No. 2
Clasificación según la Participación

Participación	Ejemplos de (actividades)
Auto-aprendizaje	❖ Estudio individual. ❖ Búsqueda y análisis de información. ❖ Elaboración de ensayos. ❖ Tareas individuales. ❖ Proyectos. ❖ Investigaciones.
Aprendizaje interactivo	❖ Exposiciones del profesor. ❖ Conferencia de un experto. ❖ Entrevistas. ❖ Visitas. ❖ Paneles. ❖ Debates. ❖ Seminarios
Aprendizaje colaborativo	❖ Solución de casos. ❖ Método de proyectos. ❖ Análisis y discusión en grupos. ❖ Discusión y debates.

Elaborado por: Andrea Chávez y Mauricio Reales.

Didáctica.

Es la disciplina científico-pedagógica que tiene como objeto de estudio los procesos y elementos existentes en la enseñanza y el aprendizaje. Es, por tanto, la parte de la pedagogía que se ocupa de las técnicas y métodos de enseñanza, destinados a plasmar en la realidad las pautas de las teorías pedagógicas.

Guía Didáctica.

Documento de síntesis que concreta, de manera tangible y realista, el compromiso que contraen profesores y estudiantes en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Su principal finalidad es hacer visible/público, dicho compromiso al tiempo que orientar el trabajo de profesor y estudiantes para alcanzar los objetivos propuestos con garantía de éxito. Es también una planificación operativa, puesto que es la que se concreta en el proceso de enseñanza-aprendizaje. En ella se expresa la planificación de la asignatura de forma estructurada, desde la selección y organización de contenidos, los recursos didácticos, los materiales curriculares, el espacio y el tiempo, la propuesta de desarrollo curricular, el papel del profesor y del estudiante, los modelos de aprendizaje que se han de desarrollar, los mecanismos de control.

Guía De La Asignatura.

Documento que concreta y desarrolla el marco mínimo común en el que se desarrolla el programa formativo de un módulo o asignatura, y que servirá de guía y referente básico a la hora de realizar una programación de clase o guía didáctica por parte de un profesor.

Guía De Estudio / Guión De Trabajo Autónomo.

Consiste en la sistematización y secuenciación de actividades y procedimientos, mediante los cuales los estudiantes pueden desarrollar su trabajo autónomo o grupal con un mínimo de orden y concreción, al tiempo que adelante pistas de actuación y anticipe (o ayude a superar) posibles errores o dudas. Las guías didácticas, por sí solas no tienen mucho sentido

si no están plenamente inmersas (integradas curricularmente) en un proceso de enseñanza-aprendizaje: no son, por tanto, un simple apéndice de dicho proceso. Para ello deben tener tres momentos en su desarrollo: planificación exhaustiva y presentación a los estudiantes, desarrollo autónomo con seguimiento por parte del docente y evaluación del resultado, del proceso seguido y de la propia guía y metodología activada.

Fundamentación Legal.

Consejo de Educación Superior Capítulo VI Modalidades de Estudios o Aprendizaje

Art 37.- Modalidades de estudios o aprendizaje.- son modos de gestión de los aprendizajes implementados en determinados ambientes educativos, incluyendo el uso de las tecnologías de la comunicación y de la información.

Art 38.- Ambientes y medios de estudios o aprendizaje.- El aprendizaje puede efectuarse en distintos ambientes académicos y laborales simulados o virtuales y en diversas formas de interacción entre profesores y estudiantes. Para su desarrollo, deberá promoverse la convergencia de medios educativos y el uso adecuado de tecnologías de información y comunicación.

Las formas y condiciones de su uso, deben constar en la planificación curricular y en el registro de actividades de la carrera o programa. Independientemente de la modalidad de aprendizaje, toda carrera o programa debe desarrollar niveles de calidad educativa.

La Asamblea Nacional Constituyente
Expide la Presente Constitución Política de la República del Ecuador
Capítulo 4
De los Derechos Económicos, Sociales y Culturales

Art. 80.- El estado fomentará la ciencia y la tecnología, especialmente en todos los niveles educativos, dirigidas a mejorar la productividad, la competitividad, el manejo sustentable de los recursos naturales, y a satisfacer las necesidades básicas de la población.

Garantizará la libertad de las actividades científicas y tecnologías y la protección legal de sus resultados, así como el conocimiento ancestral colectivo.

La investigación científica y la tecnología se llevarán a cabo en las universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos y tecnológicos y centros de investigación científica, en coordinación con los sectores productivos cuando sea pertinente, y con el organismo público que establezca la ley, la que regulará también el estatuto del investigador científico.

Ley Orgánica de Educación Superior
Capítulo 1
Del Principio de Autodeterminación para la Producción del Pensamiento y Conocimiento

Art. 145.- Principio de autodeterminación para la producción del pensamiento y conocimiento.- El principio de autodeterminación consiste en la generación de condiciones de independencia para la enseñanza, generación y

divulgación de conocimientos en el marco del dialogo de saberes, la universalidad del pensamiento, y los avances científico-tecnológico locales y globales.

Art. 146.- Garantía de la libertad de cátedra o investigativa.- En las universidades y escuelas politécnicas se garantiza la libertad de cátedra, en pleno ejercicio de su autonomía responsable, entendida como la facultad de la institución y sus profesores para exponer, con la orientación y herramientas pedagógicas que estimaren más adecuadas, los contenidos definidos en los programas de estudio.

De igual manera se garantiza la libertad investigativa, entendida como la facultad de la entidad y sus investigadores de buscar la verdad en los distintos ámbitos, sin ningún tipo de emprendimiento u obstáculo, salvo lo establecido en la constitución y en la presente ley.

Identificación de las Variables

Cuadro No. 3
Operacionalización de Variables
Marco Conceptual.

Variables	Dimensiones	Indicadores
Estrategias Didácticas	Equipos de Estrategias	Permite conseguir un objetivo. Métodos y recursos de la docencia.
	Clasificación	Auto-aprendizaje. Aprendizaje Interactivo. Aprendizaje Colaborativo.
Las TIC'S	En la Educación.	Generan información. Herramientas potencializadas. Instrumento cognitivo.
	Competencias de Docentes.	Promueve Capacidad y Competencia. Construye conocimientos. Adquieren habilidades cognitivas.
	Entornos Virtuales.	Forma personas exploratorias e inquisitivas. Acción formativa. Intercambio de información.
Guía de Estrategias Didácticas	Didáctica.	Objetivo procesos y elementos de enseñanza. Técnicas y métodos de enseñanza.
	Guía Didáctica.	Forma estructurada. Organización de contenidos. Planificación operativa.
	Guía de Estudio.	Sistematización y secuencia de actividades. Actividades y procedimientos.

Elaborado por: Andrea Chávez y Mauricio Reales.

Glosario.

- **APRENDIZAJE.-** adquisición de los conocimientos necesarios para ejercer una función, en especial un arte o un oficio.
- **AUTO- APRENDIZAJE.-**Es la forma de aprender por uno mismo.
- **BLOGS.-**Es un **sitio web** en el que uno o varios autores publican cronológicamente **textos o artículos**, apareciendo primero el más reciente, y donde el **autor** conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente.
- **COGNITIVO.-** Conjunto de elementos disponibles para resolver una necesidad o para llevar a cabo una empresa.
- **E- LEARNING.-**Procesos de enseñanza-aprendizaje que se llevan a cabo a través de Internet.
- **ENTORNO VIRTUAL.-** Es un sistema de **software** diseñado para facilitar los cursos virtuales.
- **GUÍA.-** Tratado donde se ofrecen, de forma ordenada, preceptos, consejos o información práctica y básica sobre ciertas cosas.
- **INNOVACIÓN.-** Cambio que se introduce en algo y que supone una novedad.
- **INTERACTIVO.-** Relacionado con los programas que operan por un diálogo entre usuario y ordenador una enciclopedia interactiva.
- **INTERACTUAR.-** Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.

- **METODOLOGÍA.-** Conjunto de métodos que se siguen en una disciplina científica.
- **MÉTODO.-** Modo ordenado y sistemático de proceder para llegar a un resultado o fin determinado.
- **PEDAGOGÍA.-** Ciencia que estudia la metodología y las técnicas que se aplican a la enseñanza y la educación, especialmente la infantil.
- **PLANIFICAR.-** Elaborar o establecer el plan conforme al que se ha de desarrollar algo, especialmente una actividad.
- **SINTETIZAR.-** Exponer de forma breve, escrita u oral, y a modo de resumen, un conjunto de ideas fundamentales relacionadas con un asunto o materia que estaban dispersas.
- **TECNOLOGÍA.-** Conjunto de instrumentos, recursos técnicos o procedimientos empleados en un determinado campo o sector.
- **TIC'S.-** Conjunto de tecnologías que permiten la adquisición, producción, almacenamiento, tratamiento, comunicación, registro y presentación de informaciones.
- **VIRTUAL.-** Que es muy posible que se alcance o realice porque reúne las características precisas.
- **WIFI.-** Es un mecanismo de conexión de dispositivos electrónicos de forma **inalámbrica**.
- **WLAN.-** Red de área local inalámbrica, sistema de comunicación **inalámbrico**

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA, ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Métodos y Técnicas de la Investigación.

Descriptivo:

El objetivo es la adquisición de datos precisos y sistemáticos que nos ayude a identificar el proceder y las reacciones de los docentes frente a la tecnología, y al diagnóstico de los motivos por los cuales no se utilizan la TIC'S dentro del proceso de enseñanza aprendizaje, obteniendo descripciones exactas de los involucrados, lo que no ayudara a ordenar, agrupar y estructurar todo lo relacionado con el estudio de nuestro problema.

Correlacional:

Consiste en buscar la relación entre las dos variables concurrente en la investigación, mediante instrumentos estadísticos de correlación para medir el nivel de asociación entre ambas.

De campo:

Este método tiene una gran importancia dentro de la investigación, ya que nos ayudará a tener mayor acercamiento con la institución especialmente con los Alumnos y Docentes de la carrera de **“MERCADOTECNIA Y**

PUBLICIDAD” de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación a través de las encuestas.

Empírica:

Permite al investigador una serie de investigaciones referentes a su problemática, retomando experiencia de otros autores, para de ahí partir con su exploración.

Aplicada:

Es la que se apoya en la solución de problemas específicos para mejorar la calidad de vida de las sociedades, dependiendo de los resultados y avances que vaya recolectando, en base al marco teórico establecido.

Instrumento de la Investigación.

La Encuesta:

Es una técnica que tiene la manera de identificar el problema, determinando el diseño de investigación especificando la hipótesis así mismo definiendo las variables, seleccionando respectivamente la muestra.

Diseñando un cuestionario de preguntas cerradas organizando el trabajo de campo para la obtención de datos para analizarlos e interpretarlos y así obtener el resultado que se requiere.

Población y Muestra

Población:

La población a estudiar son los 54 profesores y 1183 alumnos matriculados en el periodo 2013 - 2014 de la carrera de MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación de la Universidad de Guayaquil.

Cuadro No. 4
Población de la Carrera de Mercadotecnia y Publicidad

Ítem	Detalles	Frecuencias	Porcentajes
1	Estudiantes	1183	100%
2	Docentes	54	100%
	TOTAL	1237	100%

Fuente: Secretaria de la carrera de Mercadotecnia.

Elaborado por: Andrea Chávez y Mauricio Reales.

Definición de la Muestra:

“Es una parte de la población o universo a estudiar, entonces para seleccionar una muestra, lo primero que hay que hacer es definir la población o universo a estudiar, es decir el conjunto total del objeto de estudio, que comparten características comunes, funcionales a la investigación”. (Gomez, 2012)

La muestra es la que puede determinar la problemática, ya que es capaz de generar los datos con los cuales se identifican las fallas dentro del proceso.

Cálculo de la Muestra:

$$n = \frac{PQ * N}{(N - 1) \frac{E^2}{k^2} + PQ}$$

n = muestra

PQ = varianza de la población (0.25)

N = población

E = Margen de error

K = constante de corrección del error

$$n = \frac{0,25 * 1237}{(1237 - 1) \frac{0,05^2}{1,7^2} + 0,25}$$

$$n = \frac{0,25 * 1237}{(1236) \frac{0,0025}{2,89} + 0,25}$$

$$n = \frac{309}{1,06 + 0,25}$$

$$n = \frac{309}{1,31}$$

$$n = 235$$

Cuadro No. 5
Muestra de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad

Ítem	Detalles	Frecuencias	Porcentajes
1	Estudiantes	200	85%
2	Docentes	35	15%
	TOTAL	235	100%

Fuente: Secretaria de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Elaborado: Andrea Chávez / Mauricio Reales

Recursos Empleados:

- **Recursos Humanos:** Personal docente y estudiantes de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación (Universidad de Guayaquil).
- **Recursos Materiales:** Equipos de computación y suministros de oficina.

Análisis e Interpretación de Resultados

Encuesta Alumnos

1. ¿Tiene conocimiento sobre las TIC'S.?

Cuadro No. 6

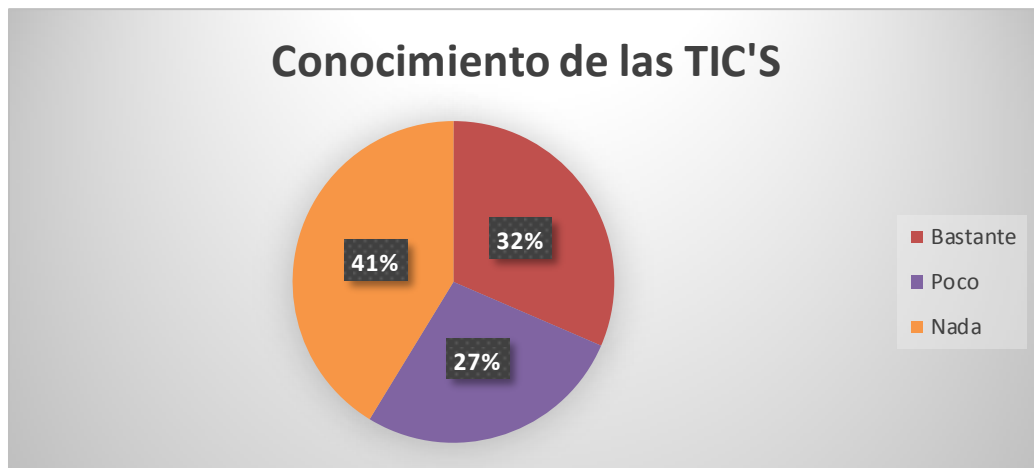
Tiene conocimientos sobre las TIC'S

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
1	Bastante	74	32%
	Poco	64	27%
	Nada	97	41%
	Total	235	100%

Fuente: Estudiantes de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Elaborado: Andrea Chávez / Mauricio Reales

Gráfico No. 1



Fuente: Estudiantes de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Elaborado: Andrea Chávez / Mauricio Reales

Análisis: El 32% de los estudiantes indicaron que es **BASTANTE** el conocimiento que tienen con lo que respecta a las TIC'S, en cambio el 27% tienen **POCO** conocimiento, siendo un 41% de los estudiantes los que no tienen **NADA** de conocimiento de las TIC'S.

2. ¿Crees que la implementación de las TIC'S ayudaría a mejorar la calidad de enseñanza y aprendizaje?

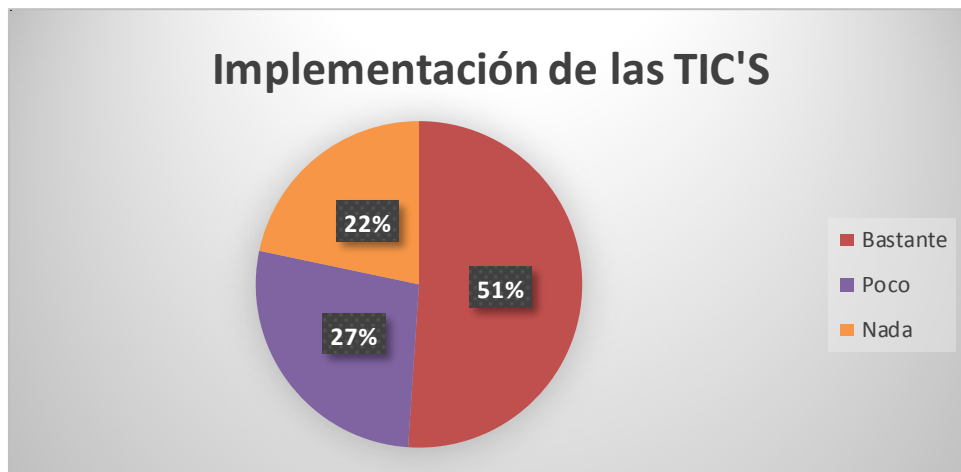
Cuadro No. 7
Implementación de la TIC'S

ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
2	Bastante	120	51%
	Poco	64	27%
	Nada	51	22%
	Total	235	100%

Fuente: Estudiantes de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Elaborado: Andrea Chávez / Mauricio Reales

Gráfico No. 2



Fuente: Estudiantes de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Elaborado: Andrea Chávez / Mauricio Reales

Análisis: Un 51% de los estudiantes están **BASTANTE** de acuerdo que la implementación de las TIC'S, ayudará a mejorar la calidad de enseñanza y aprendizaje, y el 27% opinan que ayudarán muy **POCO**, siendo un 23% de los estudiantes lo que no están **NADA** de acuerdo con que la implementación de las TIC'S ayuden a cambiar el sistema de enseñanza y aprendizaje

3. ¿Usan los docentes las TIC'S al momento de impartir su clase?

Cuadro No. 8

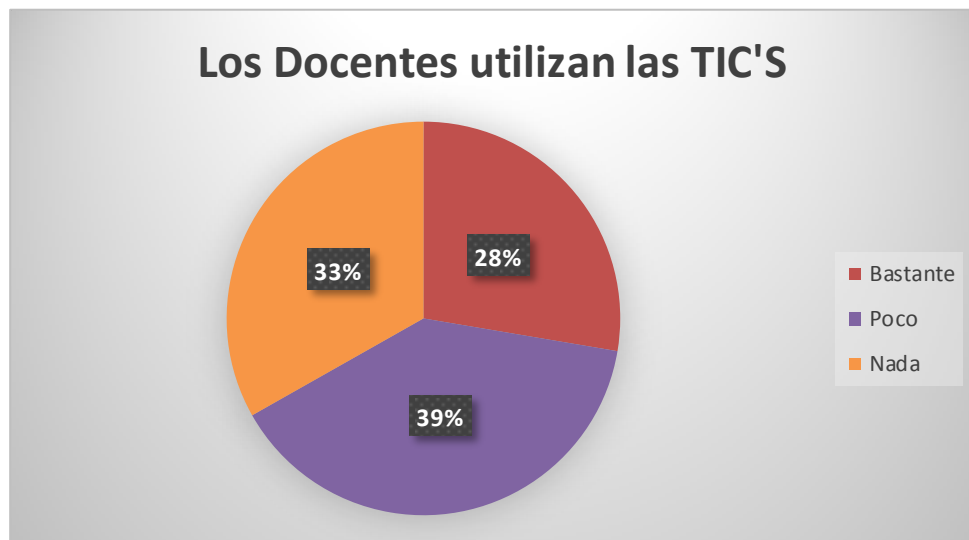
Utilizan los Docentes las TIC'S

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
3	Bastante	65	28%
	Poco	92	39%
	Nada	78	33%
	Total	235	100%

Fuente: Estudiantes de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Elaborado: Andrea Chávez / Mauricio Reales

Gráfico No. 3



Fuente: Estudiantes de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Elaborado: Andrea Chávez / Mauricio Reales

Análisis: 28% de los estudiantes indicaron que los docentes utilizan **BASTANTE** las TIC'S al momento de impartir su clase, pero el 39% dicen que **POCO** utilizan las TIC'S, y el 33% dijeron que **NADA** que utilizan las TIC'S los docentes al momento de impartir sus clases.

4. ¿Consideras que la carrera cuenta con espacios acorde para la obtención de un buen aprendizaje?

Cuadro No. 9

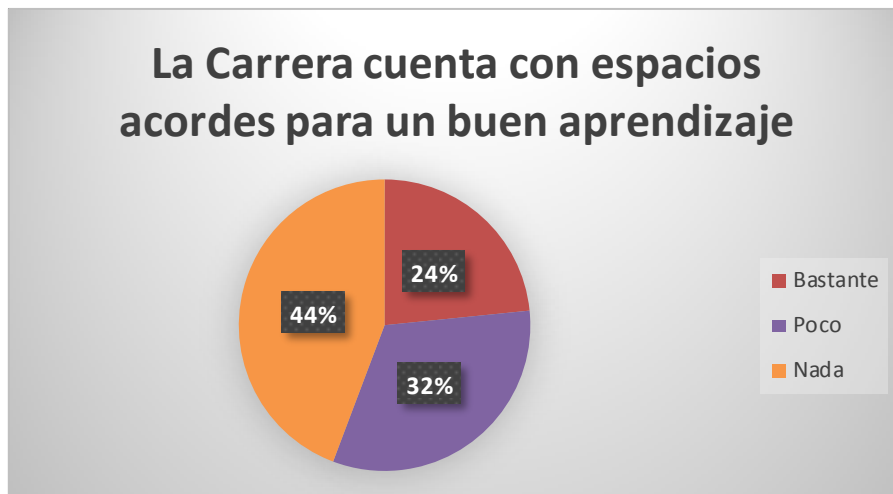
Cuenta la carrera con espacios acordes para un buen aprendizaje

ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
4	Bastante	55	24%
	Poco	76	32%
	Nada	104	44%
	Total	235	100%

Fuente: Estudiantes de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Elaborado: Andrea Chávez / Mauricio Reales

Gráfico No. 4



Fuente: Estudiantes de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Elaborado: Andrea Chávez / Mauricio Reales

Análisis: El 24% nos indicaron que la carrera cuenta con **BASTANTE** espacio para la obtención de un buen aprendizaje, y el 32% dijeron que contaban con **POCO** espacio, y un 44% **NADA** que tiene espacio para obtener un aprendizaje de calidad.

5. ¿Cuenta la carrera con implementos tecnológicos a los cuales tengan accesibilidad como INFOCUS, LAPTOP, etc.?

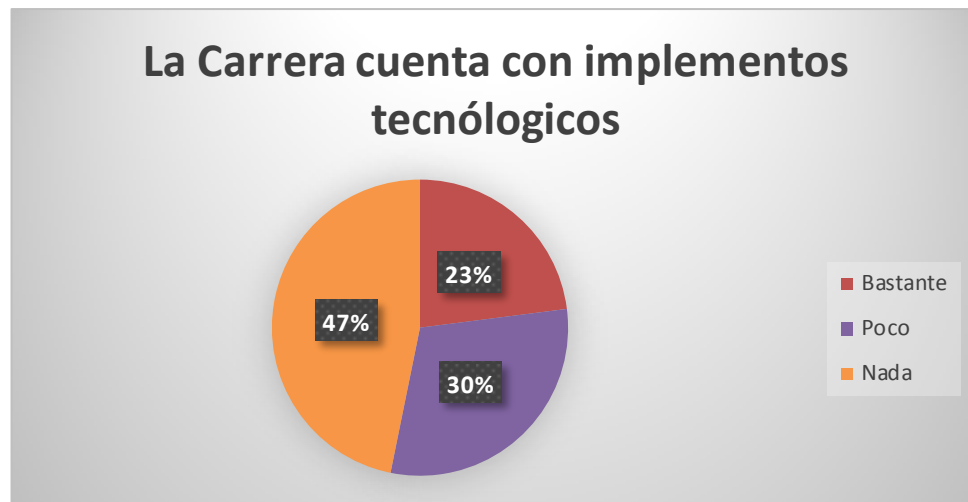
Cuadro No. 10
La Carrera Cuenta con Implementos Tecnológicos

ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
5	Bastante	74	23%
	Poco	64	30%
	Nada	97	47%
	Total	235	100%

Fuente: Estudiantes de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Elaborado: Andrea Chávez / Mauricio Reales.

Gráfico No. 5



Fuente: Estudiantes de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Elaborado: Andrea Chávez / Mauricio Reales

Análisis: En lo que respecta que si la carrera cuenta con implementos tecnológicos para el uso de los estudiantes, el 23% indicaron que si cuentan con **BASTANTE** implementos tecnológicos, y el 30% dijeron que tienen **POCO** implementos en cambio el 47% nos indicaron **NADA** que no cuentan con estos.

6. ¿Cuenta la carrera con un laboratorio apropiado en las cuales puedan adquirir conocimientos de los programas de diseños avanzados para la elaboración de publicidades?

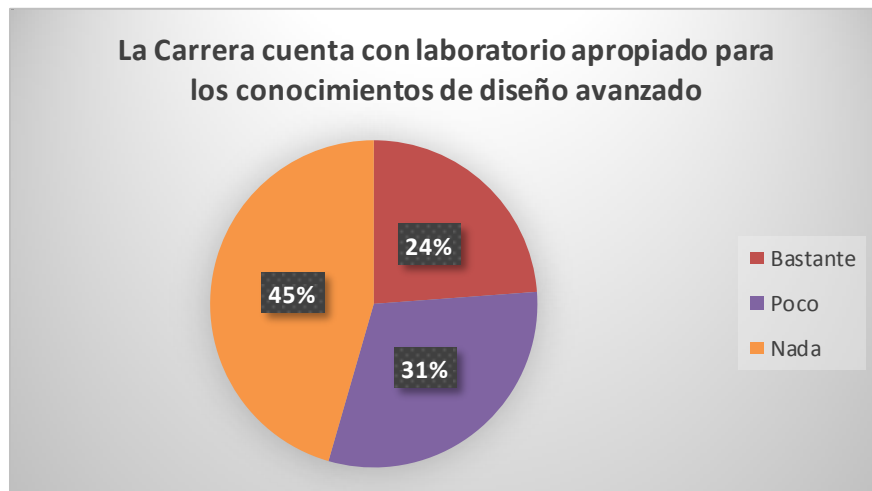
Cuadro No. 11
Laboratorios apropiados

ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
6	Bastante	74	24%
	Poco	64	31%
	Nada	97	45%
	Total	235	100%

Fuente: Estudiantes de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Elaborado: Andrea Chávez / Mauricio Reales

Gráfico No. 6



Fuente: Estudiantes de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Elaborado: Andrea Chávez / Mauricio Reales

Análisis: 24% de los estudiantes indicaron que la carrera si tienen **BASTANTE** laboratorios apropiados para adquirir los conocimientos de los programas de diseño avanzado, y el 31% indicaron que tiene **POCO** laboratorios, y el 45% **NADA** que cuenta con laboratorios apropiados para la utilización de estos programas y para la elaboración de publicidades.

7. ¿El aula posee facilidades adecuadas para el proceso de enseñanza y aprendizaje?

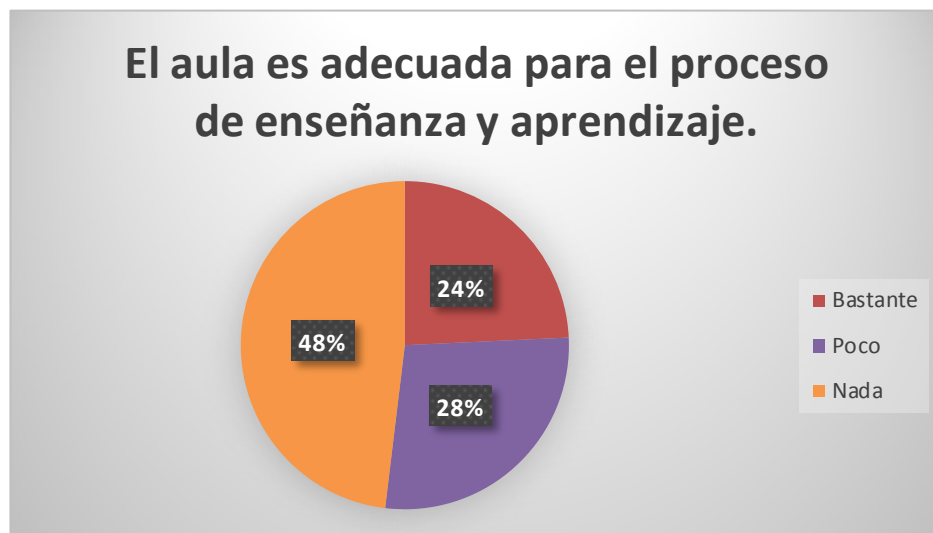
Cuadro No. 12
El aula está adecuada para el proceso de enseñanza y aprendizaje

ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
7	Bastante	74	24%
	Poco	64	28%
	Nada	97	48%
	Total	235	100%

Fuente: Estudiantes de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Elaborado: Andrea Chávez / Mauricio Reales

Gráfico No.7



Fuente: Estudiantes de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Elaborado: Andrea Chávez / Mauricio Reales

Análisis: Para el 24% de los estudiantes el aula están **BASTANTE** adecuada para el proceso de enseñanza y aprendizaje, y el 28% opinan que cuenta con **POCO** espacios mientras, el 48% nos indicaron que el aula no posee **NADA** de esas facilidades.

8. ¿Estás de acuerdo que se implementen las TIC'S en el proceso de enseñanza y aprende para adquirir mejores conocimientos mediante la elaboración de una guía didáctica?

Cuadro No. 13

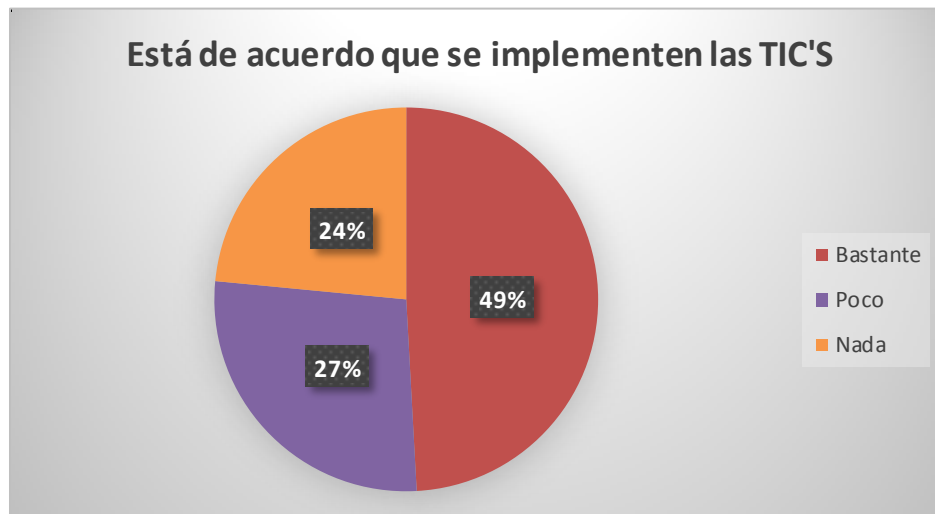
Está de acuerdo que se implementen las TIC'S

ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
8	Bastante	74	49%
	Poco	64	27%
	Nada	97	24%
	Total	235	100%

Fuente: Estudiantes de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Elaborado: Andrea Chávez / Mauricio Reales

Gráfico No. 8



Fuente: Estudiantes de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Elaborado: Andrea Chávez / Mauricio Reales

Análisis: El 49% de los estudiantes están **BASTANTE** de acuerdo que se implemente la TIC'S en el proceso de enseñanza y aprendiza, pero el 27% están **POCO** de acuerdo mientras, el 24% no están **NADA** de acuerdo que se las implementes.

9. ¿La cobertura del internet en la Facultad es buena para la realización de investigaciones?

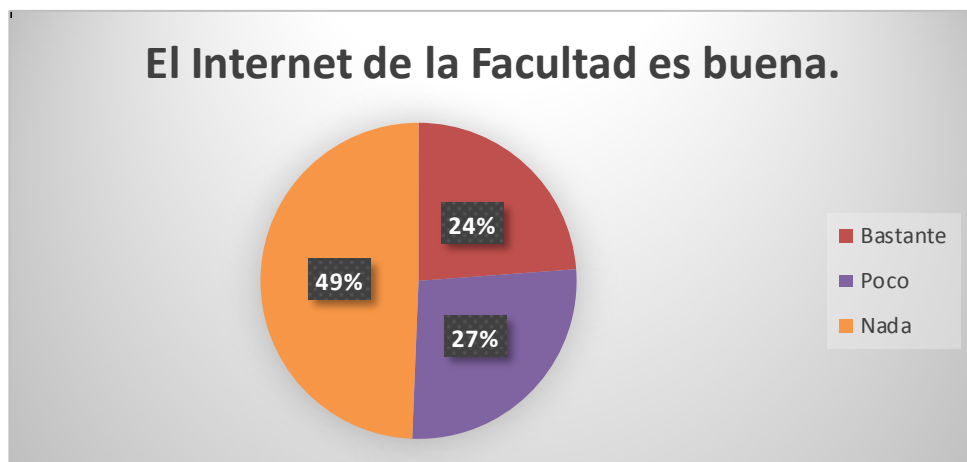
Cuadro No. 14
La cobertura del Internet es buena

ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
9	Bastante	74	24%
	Poco	64	27%
	Nada	97	49%
	Total	235	100%

Fuente: Estudiantes de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Elaborado: Andrea Chávez / Mauricio Reales

Gráfico No. 9



Fuente: Estudiantes de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Elaborado: Andrea Chávez / Mauricio Reales

Análisis: Para el 24% de los estudiantes la cobertura es **BASTANTE** buena mientras que para, el 27% es **POCO** regular, y el 49% opinan que la cobertura del internet no es **NADA** buena para la realización de investigaciones.

10. ¿Te gustaría que los docentes cambien el tradicionalismo de la enseñanza para que implementen las TIC'S al momento de impartir sus conocimientos?

Cuadro No. 15

Te gustaría que los docentes cambien el tradicionalismo de la enseñanza

ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
10	Bastante	74	55%
	Poco	64	23%
	Nada	97	22%
	Total	235	100%

Fuente: Estudiantes de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Elaborado: Andrea Chávez / Mauricio Reales

Gráfico No. 10



Fuente: Estudiantes de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Elaborado: Andrea Chávez / Mauricio Reales

Análisis: 55% de los estudiantes están **BASTANTE** de acuerdo que los docentes cambien el tradicionalismo de la enseñanza, y el 23% indicaron que **POCO** le gustaría que cambien, el 22% quieren que **NADA** se cambie en la forma de enseñanza y aprendizaje.

Encuesta Docentes

1. ¿Tiene conocimientos sobre las TIC'S?

Cuadro No. 16

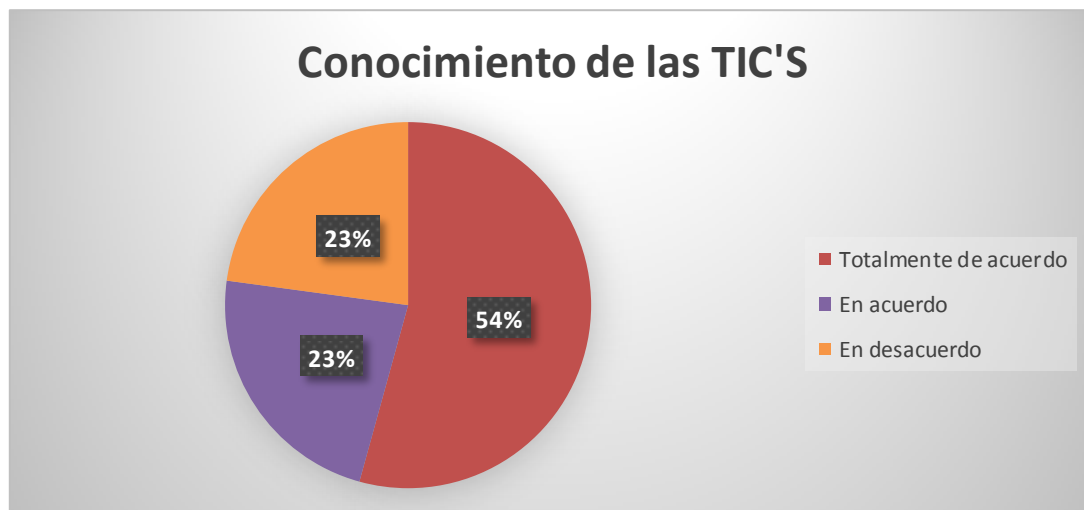
Conocimientos de las TIC'S

ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
1	Totalmente de acuerdo	19	54%
	De acuerdo	8	23%
	En desacuerdo	8	23%
	Total	35	100%

Fuente: Docentes de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Elaborado: Andrea Chávez / Mauricio Reales.

Gráfico No. 11



Fuente: Docentes de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Elaborado: Andrea Chávez / Mauricio Reales

Análisis: El 54% de los docentes están **TOTALMENTE DE ACUERDO** que si tienen conocimientos sobre las TIC'S, mientras que el 23% están **DE ACUERDO** del poco conocimiento, y un 23% **EN DESACUERDO** de los conocimientos.

2. ¿Cree que es necesario que se implementen el uso de las TIC'S en la carrera?

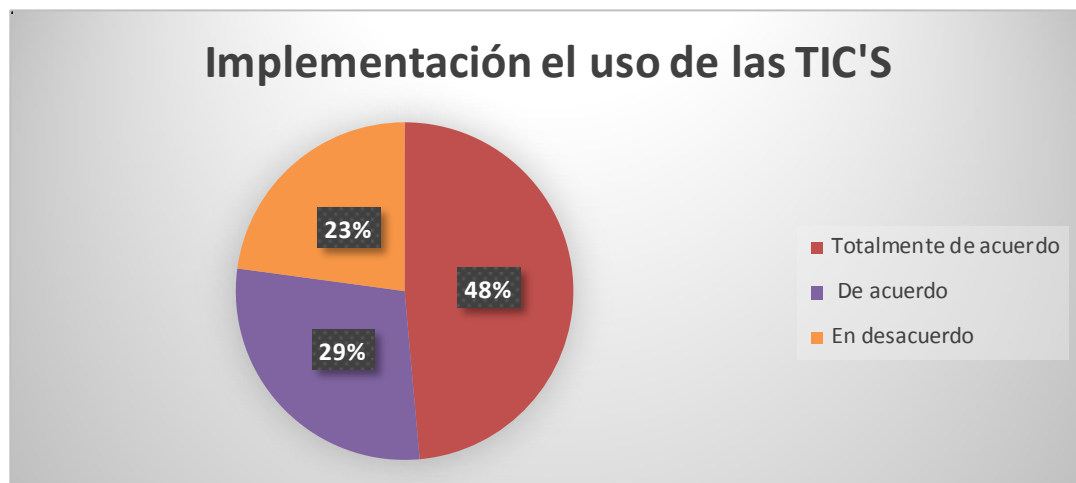
Cuadro No. 17
Implementación del uso de las TIC'S

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
2	Totalmente de acuerdo	17	48%
	De acuerdo	10	29%
	En desacuerdo	8	23%
	Total	35	100%

Fuente: Docentes de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Elaborado: Andrea Chávez / Mauricio Reales

Gráfico No. 12



Fuente: Docentes de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Elaborado: Andrea Chávez / Mauricio Reales

Análisis: El 48% de los docentes están **TOTALMENTE DE ACUERDO** que es importante que se implementen las TIC'S, mientras que el 29% **DE ACUERDO** que es poco necesario la implementación de las mismas y el 23% no creen necesario la implementación de las TIC'S por eso se sienten **EN DESACUERDO**.

3. ¿Cree usted que con un nuevo modelo pedagógico la aplicación de las TIC'S puede provocar un fuerte impacto en la educación?

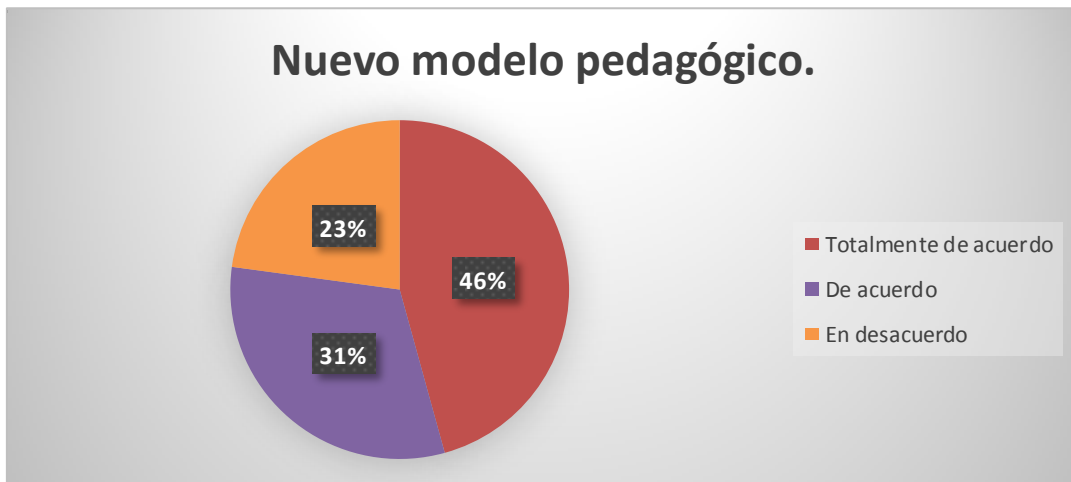
Cuadro No. 18
Nuevo Modelo Pedagógico

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
3	Totalmente de acuerdo	16	46%
	De acuerdo	11	31%
	En desacuerdo	8	23%
	Total	35	100%

Fuente: Docentes de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Elaborado: Andrea Chávez / Mauricio Reales.

Gráfico No. 13



Fuente: Docentes de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Elaborado: Andrea Chávez / Mauricio Reales

Análisis: 46% de los docentes están **TOTALMENTE DE ACUERDO** que un nuevo modelo pedagógico provocará un impacto en el proceso de enseñanza y aprendizaje, mientras que **DE ACUERDO** están el 31% del impacto que ocasionaría este nuevo modelo, y el 23% están **EN DESACUERDO** opinan que no ocasionará ningún impacto.

4. ¿Piensa usted que las TIC'S pueden mejorar las oportunidades de aprendizaje?

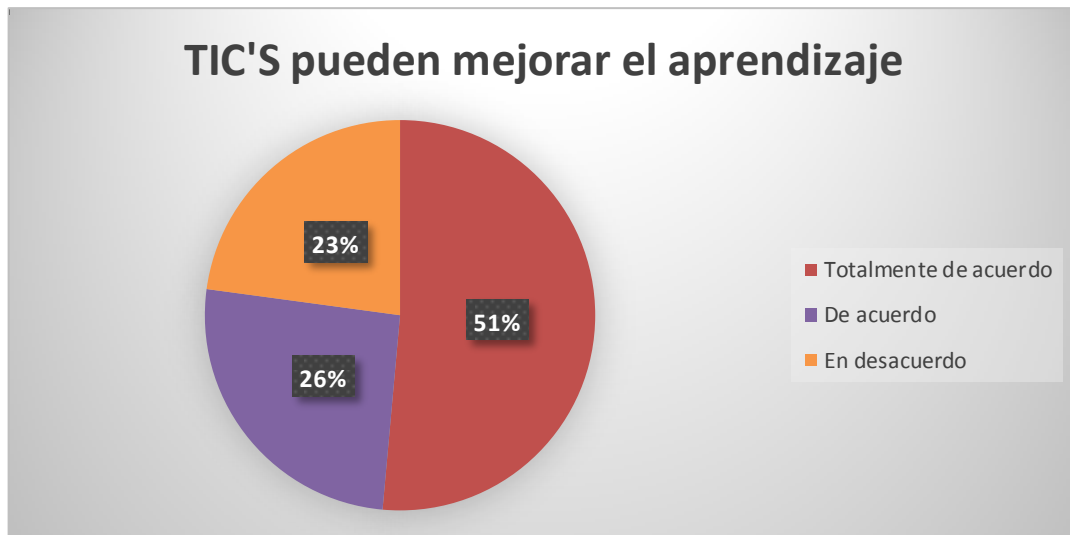
Cuadro No. 19
Pueden mejorar las TIC'S el aprendizaje

ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
4	Totalmente de acuerdo	18	51%
	De acuerdo	9	26%
	En desacuerdo	8	23%
	Total	35	100%

Fuente: Docentes de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Elaborado: Andrea Chávez / Mauricio Reales

Gráfico No. 14



Fuente: Docentes de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Elaborado: Andrea Chávez / Mauricio Reales

Análisis: 63% de los docentes se encuentran **TOTALMENTE DE ACUERDO** que las TIC'S si pueden mejorar las oportunidades del aprendizaje, mientras que el 32% están **DE ACUERDO** creen que serían pocas las oportunidades, y el 5% **EN DESACUERDO** nos indicaron que las TIC'S no mejorarían estas oportunidades.

5. ¿Ha aplicado las TIC'S en el aula?

Cuadro No. 20

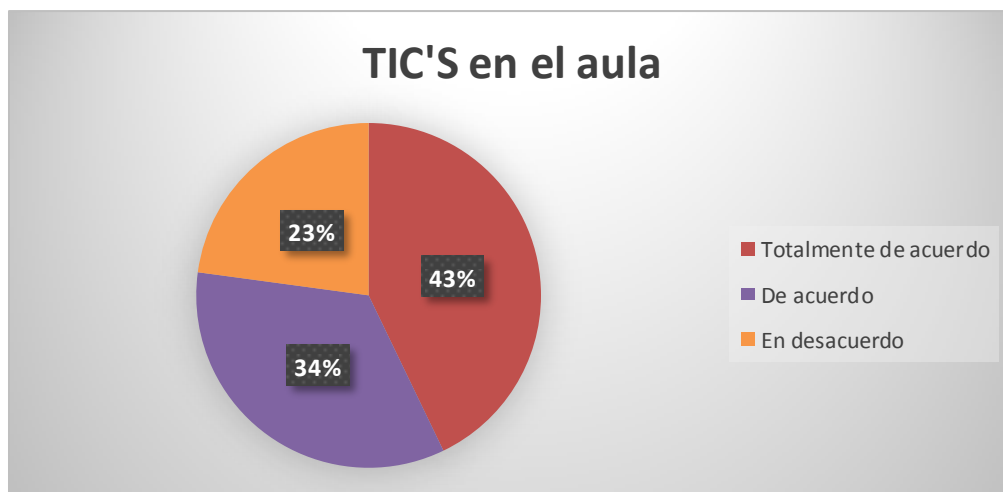
Aplicación de las TIC'S

ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
5	Totalmente de acuerdo	15	43%
	De acuerdo	12	34%
	En desacuerdo	8	23%
	Total	35	100%

Fuente: Docentes de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Elaborado: Andrea Chávez / Mauricio Reales

Gráfico No.15



Fuente: Docentes de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Elaborado: Andrea Chávez / Mauricio Reales

Análisis: 53% de los docentes están **TOTALMENTE DE ACUERDO** que si han aplicado las TIC'S al momento de impartir sus clases, mientras que el 42% se encuentran **DE ACUERDO**, mientras que el 5% están **EN DESACUERDO**, ya que no las ha implementado.

6. ¿Ha recibido usted charlas acerca de las TIC'S?

Cuadro No. 21

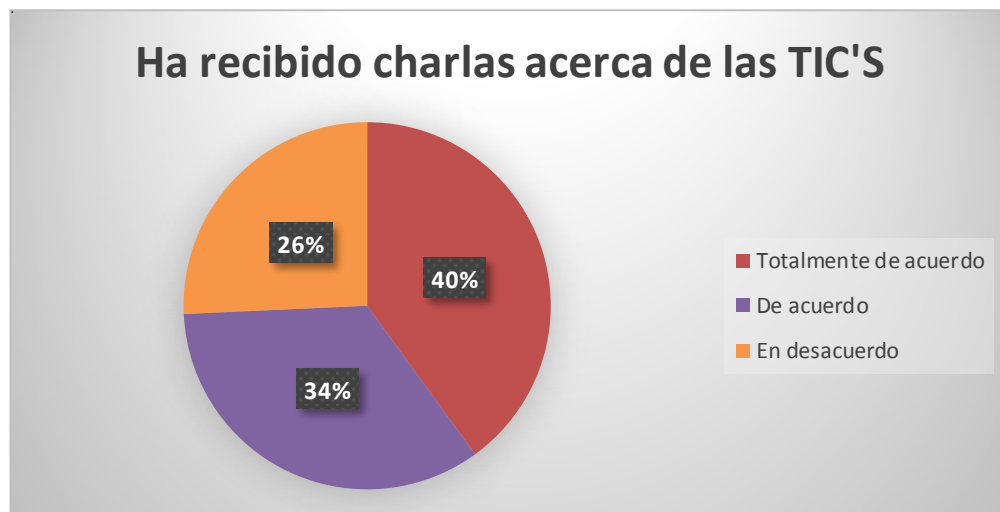
Ha recibido charlas sobre las TIC'S

ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
6	totalmente de acuerdo	14	40%
	De acuerdo	12	34%
	En desacuerdo	9	26%
	Total	35	100%

Fuente: Docentes de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Elaborado: Andrea Chávez / Mauricio Reales

Gráfico No. 16



Fuente: Docentes de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Elaborado: Andrea Chávez / Mauricio Reales

Análisis: Han recibido charlas el 40% están **TOTALMENTE DE ACUERDO** mientras que el 34% se sienten **DE ACUERDO**, ya que han recibido muy pocas y el 26% indicaron que se encuentra **EN DESACUERDO** porque no han recibido charlas de las TIC'S.

7. ¿Cree usted que estas charlas deberían ser constantes?

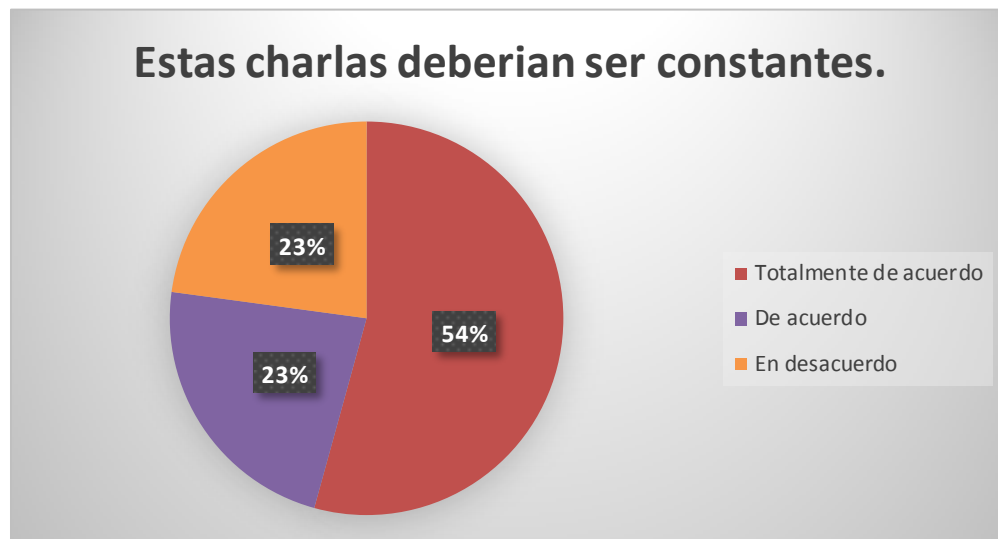
Cuadro No. 22
Charlas constantes

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
7	Totalmente de acuerdo	19	54%
	De acuerdo	8	23%
	En desacuerdo	8	23%
	Total	35	100%

Fuente: Docentes de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Elaborado: Andrea Chávez / Mauricio Reales

Gráfico No. 17



Fuente: Docentes de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Elaborado: Andrea Chávez / Mauricio Reales

Análisis: El 54% de los docentes están **TOTALMENTE DE ACUERDO** que las charlas sean constantes mientras, que el 23% indican que se sienten **DE ACUERDO** que las realicen pocas veces, y el 23% se encuentran **EN DESACUERDO** que sean constantes.

8. ¿Cuentan con un área con implementos tecnológicos adecuada para impartir sus clases?

Cuadro No. 23

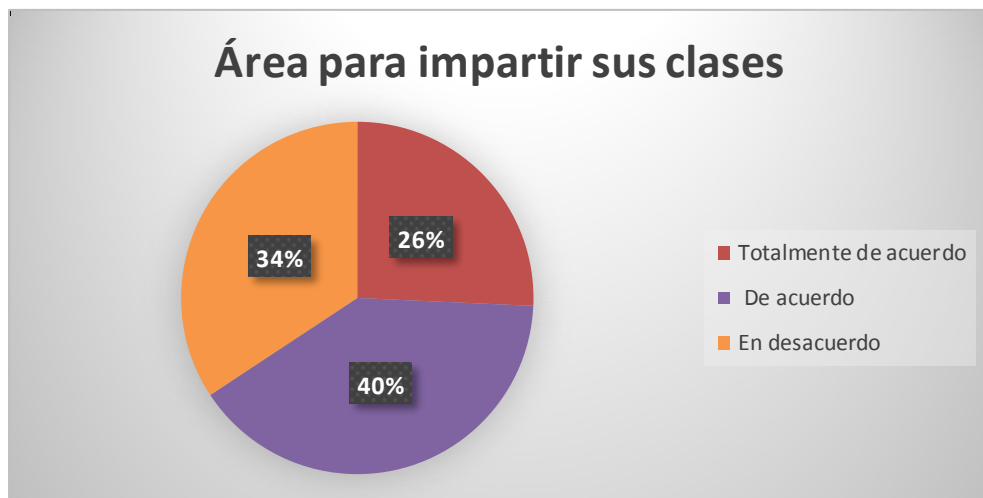
Áreas adecuadas para impartir sus clases

ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
8	Totalmente de acuerdo	9	26%
	De acuerdo	14	40%
	En desacuerdo	12	34%
	Total	35	100%

Fuente: Docentes de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Elaborado: Andrea Chávez / Mauricio Reales

Gráfico No. 18



Fuente: Docentes de la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Elaborado: Andrea Chávez / Mauricio Reales

Análisis: El 26% de los docentes nos indicaron que están **TOTALMENTE DE ACUERDO** que si cuentan con un área adecuada para impartir su clase mientras que, el 40% dicen que se encuentran **DE ACUERDO**, ya que cuenta con pocos implementos tecnológicos para impartirla clase, y el 34% nos dijeron que se sienten **EN DESACUERDO** porque no cuentan con estas.

Conclusiones y Recomendaciones.

Conclusiones:

- La falta de equipos informáticos e infraestructura no permiten obtener un aprendizaje de calidad.
- Falta laboratorios con equipos modernos para la utilización de los programas de diseño que permitan la elaboración de publicidades ya que la carrera debería ser más práctica.
- Los docentes están de acuerdo que un nuevo modelo pedagógico provocará un fuerte impacto en la educación ayudando a mejorar la calidad de enseñanza.
- Los docentes no cuentan con un área adecuada con implementos tecnológicos, para impartir de una mejor manera su clase y así implementar las TIC'S.

Recomendaciones:

- Institución debe proveer las herramientas tecnológicas necesarias.
- Institución debe instalar equipos modernos con programas de software para publicidad.
- Que el docente haga las clases más participativas con, Exposiciones y Debates, etc.
- Institución debe facilitar a los Docentes áreas tecnológicas para desarrollar su planificación utilizando las TIC'S.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

Título.

“INFLUENCIA DE ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS EN EL NIVEL DE APLICACIÓN DE TIC’S DE DOCENTES EN LA CARRERA DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.”

Justificación.

Analizando la relación que se tiene a diario el docente-alumno hemos llegado a la conclusión que el uso de las TIC’S en la carrera de Mercadotecnia y Publicidad, es 100% evidente descartando que las Tecnologías de Información y Comunicación se han vuelto indispensables en nuestras vidas para decir que los procesos de enseñanza y aprendizaje son básicamente actos comunicativos donde estudiantes o grupos, orientados por los docentes, realizan diversos procesos cognitivos con la información que reciben o deben buscar y los conocimientos previamente adquiridos.

Pues bien, la enorme potencialidad educativa de las TIC’S está en que pueden apoyar estos procesos aportando a través de Internet todo tipo de información, programas informáticos para el proceso de datos de alcance mundial. Con la integración de las TIC’S en los centros (internet, pizarras digitales en las aulas), se abren nuevas ventanas que permite a estudiantes y profesores el acceso a diversas informaciones, necesarias en cualquier momento.

Objetivos de la Propuesta.

Objetivo general.

Crear una guía de estrategias didácticas para que ayude a mejorar el nivel del manejo de las TIC'S, de los Docentes en la carrera de Mercadotecnia Y Publicidad.

Objetivos Específicos.

- Demostrar que es necesario la creación e implementación de una guía de estrategias didácticas para mejorar el rendimiento de los estudiantes.
- Fortalecer el conocimiento empírico que tienen los jóvenes sobre las TIC'S.
- Aprovechar los recursos que ofrece el medio para que los jóvenes adquieran y vivencien los conocimientos, respondiendo a las exigencias que se viven actualmente con el avance de la tecnología.

Factibilidad.

Es factible porque sirven como herramientas pedagógicas para el proceso de enseñanza aprendizaje en las aulas de clases. Más allá de esto ahora todo proyecto debe de estar alineado con el plan nacional del buen vivir, en este caso una de las políticas se refiere a mejorar la calidad de educación en todos sus niveles y modalidades haciendo hincapié de asegurar en los programas educativos la inclusión de contenidos y actividades didácticas que motiven el interés por las tecnologías de la información (TIC'S).

Ubicación Sectorial y Física.

Nuestro proyecto lo realizamos en la **Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación** dentro de la Carrera de **Mercadotecnia y Publicidad** ubicada en la Av. Kennedy y Av. Delta, Parroquia Tarqui bajo la dirección de la MSc. Pilar Huayamave Navarrete.

Imagen No. 1

Mapa de la Facultad de Filosofía



Imagen No. 2
Instalación donde se Desarrolló el Proyecto



Descripción.

En nuestra propuesta, resaltamos que la Carrera de Mercadotecnia y Publicidad de la Facultad de Filosofía presenta atrasos en el uso de las TIC'S y en infraestructuras de comunicaciones, esto afecta al desarrollo productivo de los alumnos y con el objetivo de destacar la función del profesor como mediador, diseñaremos una guía de estrategias didácticas para el manejo de las TIC'S ya que, su participación es relevante en la creación de la autonomía de los alumnos para construir los aprendizajes.

Nuestra guía de estrategias didácticas fue pensando en las necesidades de conocimientos teóricos y prácticos que todas las personas deben aprender,

la necesidad de aptitudes y actitudes favorables a la utilización de estas nuevas herramientas, una guía optima y perfecta para poder aplicar cada una de ellas dentro y fuera del aula de clases.

Actividades.

- Investigación en varios textos y utilización del internet.
- Elaboración y desarrollo de las estrategias Pedagógicas y Tecnológicas.
- Análisis de las aplicaciones que sirvan para utilizar en las clases
- Realización de encuestas a quienes conforman la carrera como son Docentes y Alumnos
- Se tomaron fotos a los beneficiarios en este caso a los Estudiantes y Docentes.
- Impresión de la Guía para la Directora de la Carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

Visión.

Con la aplicación de nuestra propuesta se pretende mejorar la calidad de enseñanza – aprendizaje para que se deje de lado las clases magistrales, llegando a obtener las clases más interactivas con la combinación de las estrategias pedagógicas y tecnológicas, para que contribuyan eficazmente al desarrollo del país.

Misión.

Esta guía indicará la manera de utilizar las TIC'S mediante aplicaciones relacionadas con la pedagogía, ayudando a docentes y alumnos a tener

mejor comunicación y captación, ya que la carrera presenta atrasos en el uso de las TIC'S, causando hastío a los estudiantes.

Impacto Social.

El uso de los nuevos medios tecnológicos como recurso didáctico resulta más complejo. Si a esta incertidumbre se une la falta de una sólida formación docente en TIC'S, queda claro que, hoy por hoy, no resulta fácil el uso didáctico de los materiales multimedia educativos, por lo que proponemos nuestra guía de estrategias didácticas, ya que los docentes juegan un rol protagónico.

El impacto de la incorporación de las TIC'S a las prácticas de enseñanza, se proyecta en pequeñas innovaciones educativas a la metodología habitual del profesor ya que son herramientas esenciales de trabajo y aprendizaje en la sociedad actual donde el procesamiento y transmisión de información es un factor esencial de poder y productividad.

Conclusión.

El uso de los nuevos medios tecnológicos como recurso didáctico resulta más complejo. Si a esta incertidumbre se une la falta de una sólida formación docente en TIC'S, queda claro que, hoy por hoy, no resulta fácil el uso didáctico de los materiales multimedia educativos, motivos por los cuales se decidió elaborar una guía para la utilización de aplicaciones y relacionarlas con las estrategias pedagógicas, para que las clases sean más interactivas y dinámicas permitido alcanzar un proceso de enseñanza y aprendizaje de excelencia.

Recomendaciones.

La creciente informatización de los centros educativos hace necesaria una buena Guía de los recursos tecnológicos, por lo que los directores de las I.E tienen que exigir a órganos inmediatos superiores la presencia de personas responsables de inventariar y mantener estos recursos, coordinar su uso y de asesorar al profesorado.

Aprovechar las TIC'S para que sirvan de apoyo a los Docentes y de ayuda a los Estudiantes en los procesos de enseñanza y aprendizaje, innovando de esta manera la forma de enseñar y de aprender.

Bibliografía

Carrasco, J. J. (22 de AGOSTO de 2011). © Copyright 2015 Scribd Inc. Recuperado el 28 de DICIEMBRE de 2014, de © Copyright 2015 Scribd Inc.: <http://es.scribd.com/doc/55499717/Tesis-en-Educacion-Tecnologias-de-Informacion-y-Comunicacion#scribd>

Chércoles, D. M. (10 de MAYO de 2006). *Organización de Estados Iberoamericanos*. Recuperado el 16 de NOVIEMBRE de 2014, de Organización de Estados Iberoamericanos: <http://www.oei.es/salactsi/monux.htm>

Cordero, Y. J. (3 de MAYO de 2011). *eumed●net*. Recuperado el 30 de NOVIEMBRE de 2014, de eumed●net: <http://www.eumed.net/rev/ced/27/yjqc.htm>

Cordero, y. Q. (28 de abril de 2011). © Monografias.com S.A. Recuperado el sabado de octubre de 4, de © Monografias.com S.A.: <http://www.monografias.com/trabajos84/estrategias-ambito-educativo/estrategias-ambito-educativo.shtml>

edusogrado. (20 de DICIEMBRE de 2013). *WordPress.com*. Recuperado el 5 de DICIEMBRE de 2014, de WordPress.com.: <https://gradoeduso.wordpress.com/2013/12/20/las-tics-en-educacion-social/>

Gabinete de Comunicacion y Educacion de la Universidad Autónoma de Barcelona. (2010). *La integracion de las TIC y los libros digitales en la Educacion*. Barcelona - España: aula planeta.

galito, e. a. (mayo de 2007). © Monografias.com S.A. Recuperado el viernes de octubre de 3, de © Monografias.com S.A.: <http://www.monografias.com/trabajos22/educacion-y-tecnologia/educacion-y-tecnologia.shtml>

Gomez, M. M. (2012). *INTRODUCCION A LA METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN*. Cordova, Argentina: BRUJAS.

Guzmán, J. Y. (2009). *Las TIC y la crisis de la Educación*. Santiago de Chile: Biblioteca Digital Virtual Educa.

latiniando. (3 de marzo de 2007). © *Monografias.com* S.A. Recuperado el viernes de octubre de 10, de © *Monografias.com* S.A.: <http://www.monografias.com/trabajos10/ponenc/ponenc.shtml>

MARTÍNEZ, J. R. (25 de JUNIO de 2009). *Revista Iberoamericana de Educación* . Recuperado el 26 de NOVIEMBRE de 2014, de *Revista Iberoamericana de Educación* : <http://www.rieoei.org/2326.htm>

Muñoz., R. F. (4 de ABRIL de 2013). *Revista Digital El Recreo*. Recuperado el 20 de NOVIEMBRE de 2014, de *Revista Digital El Recreo*.: <http://revistamagisterioelrecreo.blogspot.com/2013/04/reflexion-sobre-el-impacto-de-la.html>

ORDUZ, R. (2012). *APRENDEER Y EDUCAR*. COLOMBIA: COLOMBIA DIGITAL.

Orduz, R. (2012). *Aprender y Educar con las tecnologías del siglo XXI* . Bogotá: Colombia Digital.

Pineda, D. M. (2005). *Manual de Estrategias de Enseñanza/Aprendizaje*. Medellín-Colombia: Pregón LTDA.

Roberto Carneiro, Juan Carlos Toscano, Tamara Díaz . (2012). *Los Desafíos de las TIC para el cambio educativo*. Madrid, España: Fundación Santillana.

Stefanoff, S. (21 de MAYO de 2011). © *2015 Prezi Inc.* . Recuperado el 10 de DICIEMBRE de 2014, de © *2015 Prezi Inc.* : https://prezi.com/bi3cnrfrok_z/estrategias-didacticas-innovadoras/

UNESCO. (24 de NOVIEMBRE de 2014). © *UNESCO 2009 - 2014*. Recuperado el 8 de ENERO de 2015, de © *UNESCO 2009 - 2014*: <http://www.unesco.org/new/es/unesco/themes/icts/>

ANEXOS

Anexo No.1

Carta de Aprobación del Tema de Tesis por la Facultad y la Especialización

 UG Universidad de Guayaquil	 Facultad de Filosofía Letras y Ciencias de la Educación	 Mercadotecnia y Publicidad
--	--	--

UG-FFLCE-MYP-OB- 059
Guayaquil, 28 de enero del 2015

Sra.
Lcda. Pilar Huayamave Navarrete, MSc.
Directora de la carrera Mercadotecnia y Publicidad
Ciudad.-

De mis consideraciones:

Saludos cordiales, conocedores de su espíritu de colaboración, mediante la presente solicitamos se sirva permitir que los egresados **CHAVEZ LINO ANDREA** con C.I. 0929682896 , y **REALES IBARRA MAURICIO** con C.I. 1206453455, realicen el PROYECTO EDUCATIVO en su carrera, previo a la obtención del título de Licenciado(a) en Ciencias de la Educación, especialización Mercadotecnia y Publicidad.

TEMA: Influencias de Estrategias Didácticas en el nivel de aplicación de Tic's de docentes en la carrera Mercadotecnia y Publicidad.

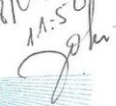
PROPUESTA: Elaborar una guía de estrategias didácticas.

La información requerida (reseña histórica, aplicación de encuestas, entre otros) es de suma importancia para el desarrollo de la investigación.

Por la acogida que dé a la presente, quedo como su segura servidora.

Atentamente,

MSc. Olga Marisol Bravo Santos
SUBDIRECTORA

28/01/2015
11:59


Caminemos juntos a la excelencia

Anexo No. 2

Carta de Aprobación por Parte de la Directora de la Carrera de Mercadotecnia y Publicidad

	UG Universidad de Guayaquil		Facultad de Filosofía Letras y Ciencias de la Educación		ercadotecnia Publicidad
---	--	---	---	---	----------------------------

UG-FFLCE-MYP-OB- 076
Guayaquil, 30 de enero del 2015

Sra. Ing.
Olga Bravo Santos, MSc
Sub-Directora de la carrera Mercadotecnia y Publicidad
En su despacho.-

De mis consideraciones:

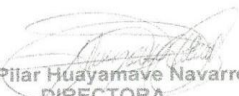
Reciba un cordial saludo, mediante la presente me dirijo a usted para comunicarle que los señores **CHAVEZ LINO ANDREA** con C.C. 0929682896 y **REALES IBARRA MAURICIO** con C.C. 1206453455, han solicitado la autorización respectiva para realizar el proyecto educativo previo a la obtención del título de Licenciados en Ciencias de la Educación, mención Mercadotecnia y Publicidad.

El proyecto tiene como tema: Influencias de estrategias en el nivel de aplicación de Tics de docentes en la carrera Mercadotecnia y Publicidad, y la propuesta: Elaborar una guía de estrategias didácticas

La carrera Mercadotecnia y Publicidad, acepta con mucho agrado la realización de mencionada actividad.

Por la atención prestada, quedo muy agradecida.

Atentamente,


MSc. Pilar Huayamave Navarrete
DIRECTORA



Ca.
11-42
relencia

Anexo No. 3

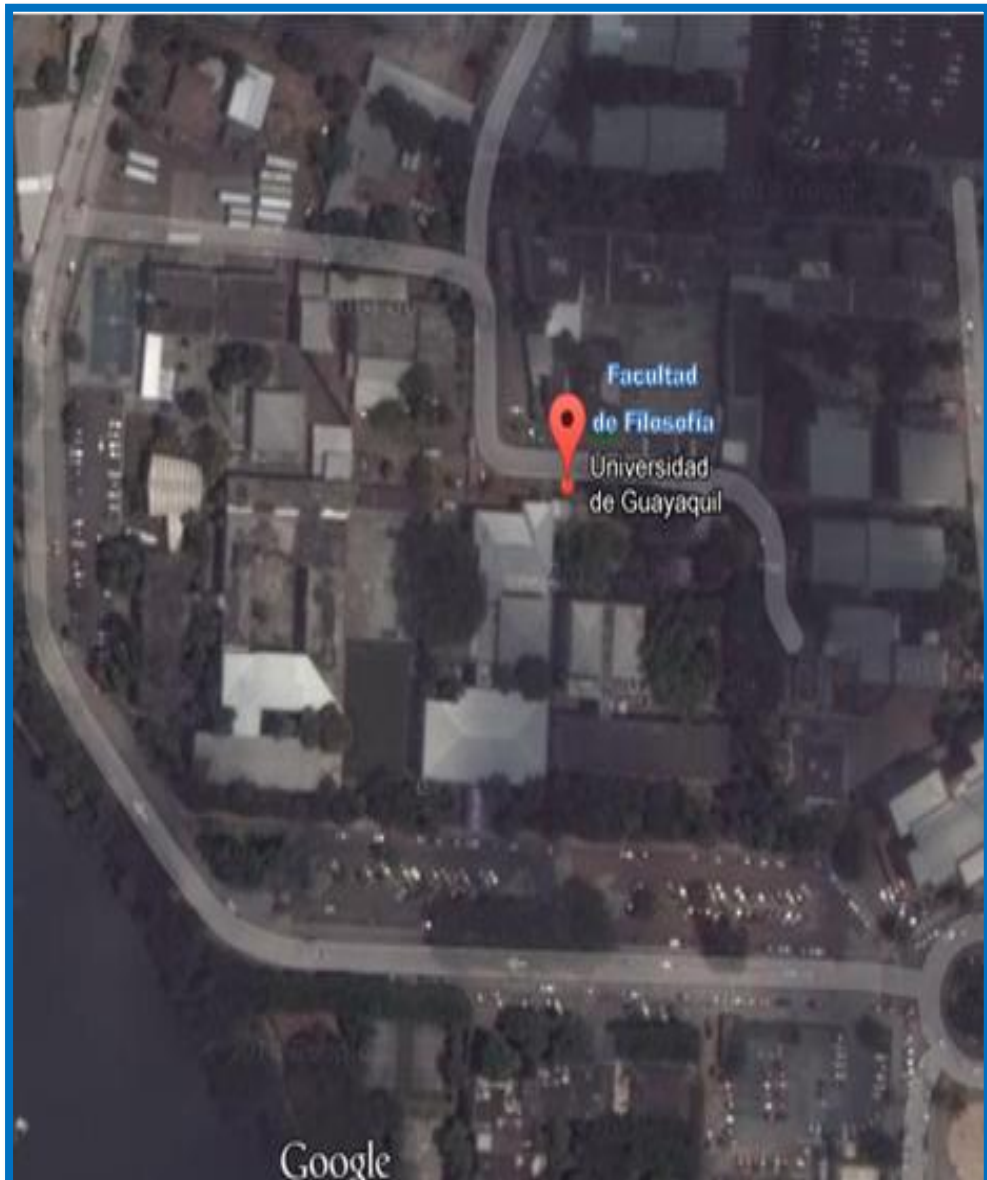
Foto de la Facultad de Filosofía



Edificio Principal de la Facultad de Filosofía Letras y Ciencias de la Educación

Anexo No. 4

Mapa Satelital de la Facultad de Filosofía



Fuente: www.google.com.ec/maps.

Anexo No. 5

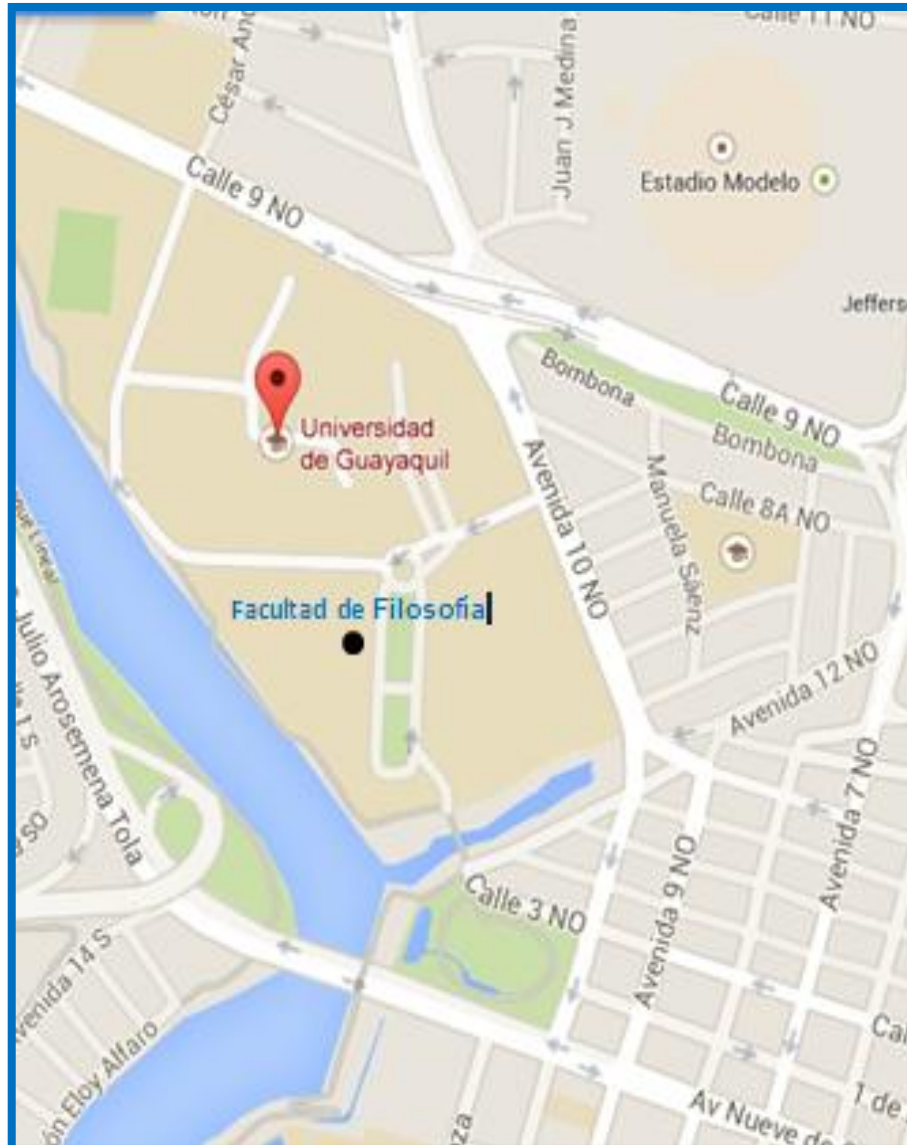
Mapa Terrestre de la Facultad de Filosofía



Fuente: www.google.com.ec/maps.

Anexo No. 6

Croquis de la Facultad de Filosofía



Fuente: www.google.com.ec/maps.

Anexo No. 7

Modelo de la Encuesta a Estudiantes



Universidad de Guayaquil

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD
ENCUESTAS A ESTUDIANTES



Facultad de Filosofía
Letras y Ciencias de la Educación

“Por favor, exprese su opinión de acuerdo a sus conocimientos acerca de los temas con respecto a el proceso de enseñanza y aprendizaje de la carrera y la facultad”

ITEMS	BASTANTE	POCO	NADA
1.- Tienes conocimientos sobre las TIC'S.			
2.- Crees que la implementación de la TIC'S ayudaría a mejorar la calidad de enseñanza y aprendizaje.			
3.- Usan los docentes la TIC'S al momento de impartir su clase.			
4.- Consideras que la carrera cuenta con espacios acorde para la obtención de un buen aprendizaje.			
5.- Cuenta la carrera con implementos tecnológicos a los cuales tengan accesibilidad como infocus, laptop, etc.			
6.- Cuenta la carrera con un laboratorio apropiado en las cuales pueda adquirir conocimientos de los programas de diseños avanzados para la elaboración de publicidades.			
7.- El aula posee facilidades adecuadas para el proceso de enseñanza y aprendizaje.			
8.- Estás de acuerdo que se implementen las TIC'S en el proceso de enseñanza y aprendizaje para adquirir mejores conocimientos mediante la elaboración de una guía didáctica.			
9.- La cobertura del internet en la facultad es buena para la realización de investigaciones.			
10.- Te gustaría que los docentes cambien el tradicionalismo de la enseñanza para que implementen las TIC'S al momento de impartir sus conocimientos.			

Anexo No. 8

Modelo de Encuestas a Docentes



Universidad de Guayaquil

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

ENCUESTAS A DOCENTES



Facultad de Filosofía
Letras y Ciencias de la Educación

“Por favor, exprese su opinión de acuerdo a sus conocimientos acerca de los temas con respecto a el proceso de enseñanza y aprendizaje de la carrera y la facultad”

ITEMS	TOTALMENTE DE ACUERDO	EN ACUERDO	EN DESACUERDO
1.- ¿Tienes conocimientos sobre las TIC'S?			
2.- ¿Cree que necesario que se implementan el uso de las TIC'S en la carrera?			
3.- ¿Cree usted que con un nuevo modelo pedagógico la aplicación de las TIC'S puede provocar un fuerte impacto en la educación?			
4.- ¿Piensa usted que las TIC'S pueden mejorar las oportunidades de aprendizajes?			
5.- ¿Ha aplicado las TIC'S en el aula?			
6.- ¿Ha recibido usted charlas acerca de las TIC'S?			
7.- ¿Cree usted que estas charlas deberían ser constantes?			
8.- ¿Cuentan con una adecuada área con implementos tecnológicos para impartir sus clases?			

Anexo No. 9

Encuestas a Estudiantes



Anexo No. 10

Encuestas a Docentes



Realizando las encuestas a los Docentes de la carrera.

Anexo No. 11

Fotos de las Consultorías Académicas MSc. Isabel Piguave Jaramillo



Anexo No. 12

Asistencias de las Consultorías

ANEXO N° ASISTENCIAS DEL CONSULTOR CON LAS EGRESADAS



Universidad de Guayaquil
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESPECIALIZACIÓN MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD
Consultorías Académicas de Proyectos Educativos
Control de asistencia de los egresados
Por sesión de trabajo

Nombre del consultor académico: Msc. ISABEL PIGUAVE
Título del proyecto: INFLUENCIA DE ESTRATEGIAS DIDACTICAS EN EL NIVEL DE APLICACION DE TICS DE DOCENTES EN LA CARRERA DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.
Título de la propuesta: ELABORAR UNA GUIA DE ESTRATEGIAS DIDACTICAS
Nombres del egresado: CHAVEZ LINO ANDREA BERTIZ
No de cedula: 092968289-6
Celular: 0958937683
e-mail: NEACHAVELIN@gmail.com
Nombre de egresado: REALES IBARRA MAURICIO ALBERTO
No de cedula: 1206463455
Celular: 0995850717
e-mail:

Primera consultoría Académica

FECHA	HORA	TEMA	FIRMA
14/10/2014	6:30	Charlas y parámetros de la tesis	Isabel Piguave
	7:30		Mauricio Reales

Segunda consultoría Académica

FECHA	HORA	TEMA	FIRMA
29/10/2014	6:30	Corrección del Capítulo 1	Isabel Piguave
	7:30		Mauricio Reales

Tercera consultoría Académica

FECHA	HORA	TEMA	FIRMA
11/11/2014	19:00	Revisión del Capítulo 1	Andrés Olave Mauricio Vargas
	20:00		

Cuarta consultoría Académica

FECHA	HORA	TEMA	FIRMA
20/11/2014	19:00	Revisión del Capítulo 2	Andrés Olave Mauricio Vargas
	20:00		

Quinta consultoría Académica

FECHA	HORA	TEMA	FIRMA
4/12/2014	19:30	Corrección del Capítulo 2	Andrés Olave Mauricio Vargas
	20:30		

Sexta consultoría Académica

FECHA	HORA	TEMA	FIRMA
21/1/2015	19:00	Revisión del Capítulo 3 y 4	Andrés Olave Mauricio Vargas
	20:00		

Séptima consultoría Académica

FECHA	HORA	TEMA	FIRMA
29/1/2015	19:30	Revisión "Gráficos de Encuestas"	Andrés Olave Mauricio Vargas
	20:30		

Octava consultoría Académica

FECHA	HORA	TEMA	FIRMA
3/2/2015	19:30	Parámetros que debe tener la Guía.	Andrés Olave Mauricio Vargas
	20:30		

Novena consultoría Académica

FECHA	HORA	TEMA	FIRMA
4/2/2015	20:00	Revisión y Corrección de la Guía de Estrategias.	Andrés Olave Mauricio Vargas
	21:00		

Décima consultoría Académica

FECHA	HORA	TEMA	FIRMA
5/2/2015	18:30	Revisión Final.	Isabel Pizarro
	19:30		Isabel Pizarro

FECHA	HORA	TEMA	FIRMA

FECHA	HORA	TEMA	FIRMA

FECHA	HORA	TEMA	FIRMA

Isabel Pizarro
 Consultora
 MSc. ISABEL PIZARRO AVE. TACAHUAYO.

Guía de Estrategias Didácticas

Como Apoyo en el Proceso de la Enseñanza y el Aprendizaje



MAURICIO REALES IBARRA

ANDREA CHÀVEZ LINO



“En tiempos de cambio, quienes estén abiertos al aprendizaje se adueñaran del futuro, mientras que aquellos que creen saberlo todo estarán bien equipados para un mundo que ya no existe”

Eric Hoffer

INDICE

Contenido

Introducción	5
El Trabajo en Pequeños Grupos Utilizando la Aplicación Examtime	7
¿Qué puedes hacer en Examtime?	8
¿Cómo evaluar lo aprendido?	9
El uso de fotografías y videos bajo la aplicación PREZI	11
Efecto de la aplicación PREZI en la asignatura de PUBLICIDAD	11
¿Cómo evaluar lo aprendido?	12
iRae Juntos en el Debate	13
¿Cómo dirigir el grupo?	14
¿Cómo evaluar lo aprendido?	15
Actividades Lúdicas Ahora más Divertidas con Play Store	16
Modelo de Juego de Asociación	17
Dropbox y su Aporte en el Aprendizaje	19
Dropbox en el Aula	22

Introducción

Sin duda las nuevas tecnologías pueden suministrar medios para la mejora de los procesos de enseñanza y aprendizaje y para la gestión de los entornos educativos en general, pueden facilitar la colaboración entre las familias, los centros educativos, el mundo laboral y los medios de comunicación, pueden proporcionar medios para hacer llegar en todo momento y en cualquier lugar la formación "a medida" que la sociedad exija a cada ciudadano, y también pueden contribuir a superar desigualdades sociales; pero su utilización a favor o en contra de una sociedad más justa dependerá en gran medida de la educación, de los conocimientos y la capacidad crítica de sus usuarios, que son las personas que ahora estamos formando.

Las TIC son herramientas esenciales de trabajo y aprendizaje en la sociedad actual donde la generación, procesamiento y transmisión de información es un factor esencial de poder y productividad, en consecuencia, resulta cada vez más necesario educar para la sociedad de la información desde las etapas más tempranas de la vida escolar.

Tanto alumnos como docentes hacen uso extensivo de las nuevas tecnologías dentro, en un menor porcentaje, y fuera, en su gran mayoría, de la institución educativa. Por esta razón, es una buena idea orientar a los usuarios a utilizarlas como dispositivo didáctico y no como simple instrumento de entretenimiento y pérdida de tiempo.

Es importante considerar que los estudiantes tienen el compromiso de aprender a aprender, para ello el docente debe ayudar a desarrollar su potencial intelectual y creativo, a través del empleo de estrategias innovadoras, de acuerdo con las necesidades e intereses de los estudiantes para promover el aprendizaje significativo; es decir, un aprendizaje comprensivo y aplicado a situaciones académicas o de la realidad cambiante.

El Trabajo en Pequeños Grupos Utilizando la Aplicación Examtime



En este caso Examtime en la asignatura de **MARKETING**, ayudara a los alumnos a compartir ideas y desarrollar habilidades, proporcionando herramientas para mejorar la experiencia de aprendizaje creando mapas mentales, fichas, test, apuntes y todos estos encontrados en la web.

El éxito de esta actividad depende de dos elementos:

- 1) Instrucciones claras sobre las tareas que se deben realizar.
- 2) El tiempo disponible y presentaciones imaginativas, eficientes a la clase.

En la actualidad muchos ven el estudio como algo aburrido. Plataformas como Examtime nos deja en claro que la falta de motivación de los estudiantes no es solo culpa de los contenidos de las asignaturas, sino

también de la metodología de estudio usada por los docentes. Los estudiantes de hoy en día son personas completamente visuales, que aprenden más rápido se les presentan los temas de manera didáctica con mapas mentales y gráfico.

IMPORTANCIA.

Es importante porque permite unir las diferentes facetas de un mundo virtual en el que ya, nos hemos envuelto es necesario crear herramientas para que los estudiantes y docentes hablen en el mismo idioma informático.

¿Qué puedes hacer en Examtime?

- ② Mapas mentales para conectar y simplificar las ideas, despertar la creatividad y tener una visión completa de tema a tratar.
- ② Notas para la rápida recordación de información, en donde se pueden incorporar diferentes ideas con videos, imágenes, links, entre otros. En esta herramienta puedes capturar tus pensamientos y conocimientos y compartirlo a tus amigos para mejorar su estudio.
- ② Crear grupo de estudio con los que puedes definir metas y lograr resultados, discutir ideas de forma privada y compartir fuentes.

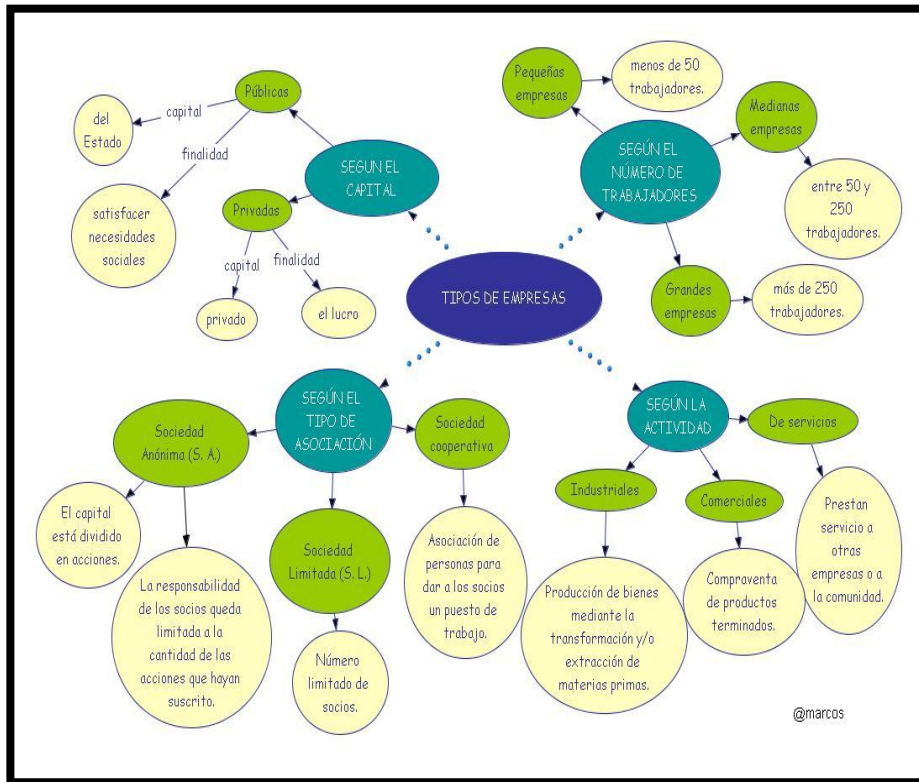
Objetivos:

- ② Practicar las habilidades de comunicación oral y escrito, así como de resolver palabras mediante.
- ② Asumir el liderazgo y la responsabilidad.
- ② Informar o difundir información mediante capturas.

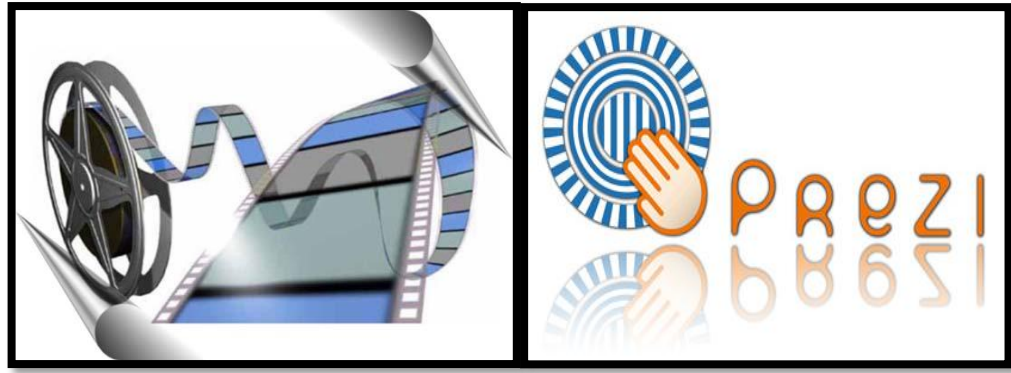
¿Cómo evaluar lo aprendido?

- ② ¿Qué habilidades demostraron?
- ② ¿Cómo ha contribuido la interacción en los grupos pequeños a la comprensión de los contenidos por parte de los alumnos?

Clasificación de Tipos de Empresa.



El uso de fotografías y videos bajo la aplicación PREZI.



Dentro de los métodos propuestos por el proyecto está la utilización de videos y fotografías, con el fin de introducir a los alumnos en situaciones reales y animar la reflexión y el debate.

La aplicación Prezi brinda a los alumnos una experiencia común como base para iniciar la un intercambio de ideas ya sea de manera libre o bien estructurada.

Efecto de la aplicación PREZI en la asignatura de PUBLICIDAD.

Esta causa que cualquier estudiante que diagrame una idea sobre una simple servilleta pueda crear y realizar presentaciones espectaculares, no lineales con conexiones entre diferentes presentaciones, zoom en los detalles, y un ajuste del tiempo sin la necesidad de omitir diapositivas.

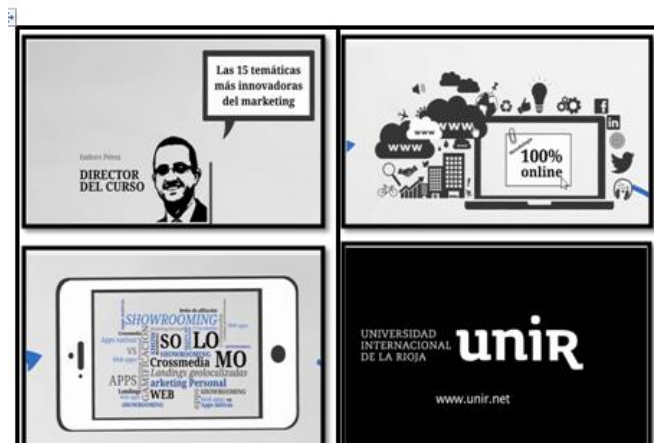
Objetivos.

- Proporcionar imágenes y contexto para ayudar a los alumnos a entender los conceptos de manera dinámica y original.
- Brindar a los alumnos una nueva experiencia, como base para iniciar el debate publicitario.

¿Cómo evaluar lo aprendido?

- ¿Usan los alumnos los ejemplos de los relatos, fotografías o videos para entender nociones más amplias?
- Pida a los alumnos que expongan sus propios relatos, dibujo, fotografía o videos para ilustrar un concepto

Diagrama Publicitario



iRae Juntos en el Debate.



El debate o deliberación es una estrategia didáctica clave en la clase. Uno de sus objetivos es fomentar la participación equilibrada y respetuosa de los alumnos. Un buen debate requiere que el docente del debate sepa a la vez escuchar las reflexiones de los distintos alumnos hasta formar un tejido coherente. La meta final es que los propios alumnos de la asignatura de **LECTURA CRÍTICA** se conviertan en tejedores, despejando así mismo alguna duda en la **aplicación Irae**.

Objetivos.

- Ⓢ Averiguar que saben los alumnos sobre un tema.
- Ⓢ Desarrollar la capacidad de debatir, es decir, de escuchar y hablar.

- Ⓢ Que los alumnos expresen sus opiniones y las defiendan con evidencias.

¿Cómo dirigir el grupo?

- Ⓢ Dar tiempo a los estudiantes para pensar en lo que quieren decir. Si ponen primero por escrito sus ideas y desatan sus dudas en Irae, estarán probablemente mejor preparados cuando les toque hablar.
- Ⓢ Aliente a los alumnos a deliberar entre ellos, en vez de exponerle a usted todos sus comentarios.

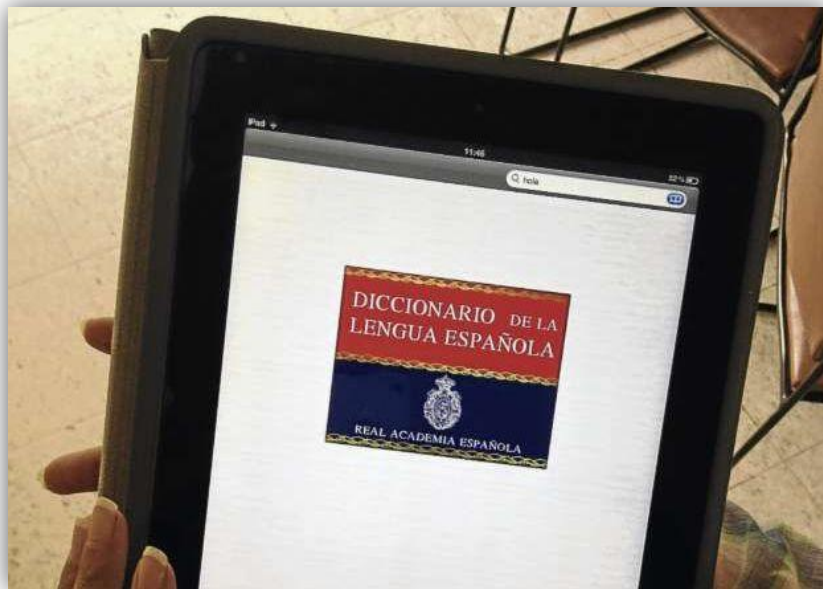
Funciones:

- Ⓢ Se ingresa un verbo para conocer su conjugación. Esta función es útil porque no siempre se sabe cómo se dice cierta acción; iRae muestra conjugaciones en modo de orden (imperativo), subjuntivo, indicativo y formas no personales.
- Ⓢ Cuenta con la opción de búsqueda de sinónimos y antónimos que, de la misma forma en que funciona el diccionario, arroja los resultados desplegados en una lista.

Para generar ideas que permitan debatir, recurra a una pregunta, rompecabezas, fotografía, relato, declaración o cualquier otro estímulo adecuado.

¿Cómo evaluar lo aprendido?

- ② ¿Lograron los estudiantes especificar y compartir los conocimientos adquiridos por iRae?
- ② ¿Escuchaban y respondían a las ideas o palabras desconocidas de los demás?
- ② ¿Qué ideas o desacuerdos claves se han manifestado?



Actividades Lúdicas Ahora más Divertidas con Play Store

La metodología lúdica responde a la necesidad de motivar la imaginación y la creatividad, generar un clima de distensión y colaboración, favorable para la interacción subjetiva en la que se construye el conocimiento por esta razón la aplicación Play Store les permite a los estudiantes descargar juegos, libros, películas etc.

Para que de esta manera el docente antes o al finalizar la clase interactúe haciendo juegos de asociación, metales o de mesa para que tengan una actitud abierta al momento de continuar con la clase.

Importancia.

Ambas estrategias ayudara a mejorar el nivel de motivación y la interacción de los estudiantes de la institución logrando que las clases no sean tradicionalistas, a fin de optimizar su proceso de enseñanza y aprendizaje.

Modelo de Juego de Asociación

Principios de la Guerra de Mercadotecnia a la Ofensiva.

Asocien según sus conocimientos a que principio ofensivo corresponde la definición:

Principio ofensivo No. 1	El ataque deberá lanzarse hacia un frente tan reducido como sea
Principio ofensivo No. 2	No basta con triunfar otros deben fracasar sobre todo el líder
Principio ofensivo No. 3	Hallar una debilidad en el punto fuerte del líder y atacarlo.

Principios de la Guerra de Flaqueo

Indique a que Flaqueo corresponde cada imagen según su definición.

Flaqueo No.1

Se debe de segmentar el mercado y dirigir a un nicho o segmento bien específico, para poder ganar primero que nadie a ése mercado, y ocupar tácticas de defensiva.

Flaqueo No.2

Cuánto más grande es la sorpresa, más tiempo le lleva al líder reaccionar y tratar de recuperarse.

Flaqueo No.3

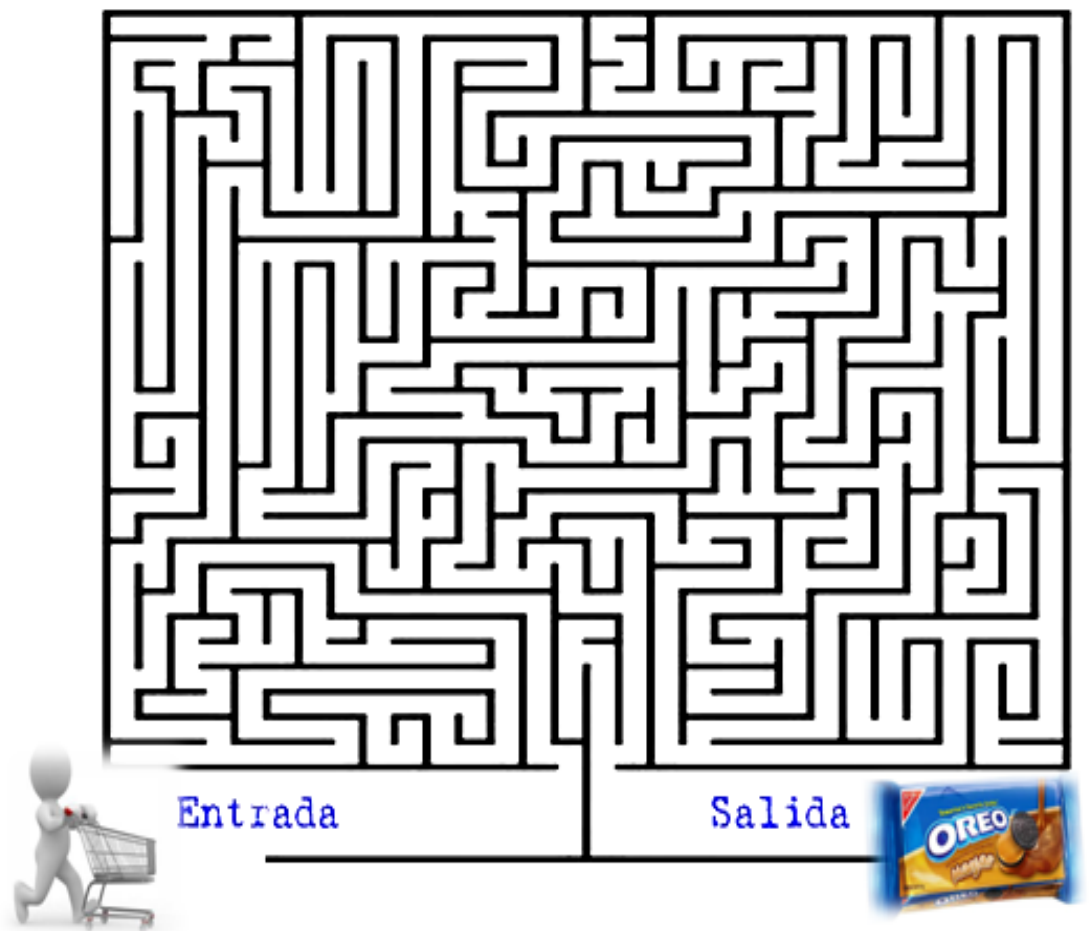
Cuando haces un movimiento de flaqueo es mejor que te enfoques a tus productos "estrella" y no perder el tiempo poniendo atención a "los perro", ya que eso le daría ventaja a tu contrincante de crecer, y mejorar sus mejores productos.



El Laberinto del Consumidor

¿Te atreves resolverlo?

Ayuda a que el consumidor llegue al producto.



Dropbox y su Aporte en el Aprendizaje



Cuando se propone al alumnado un uso de las tecnologías basado en el aprendizaje constructivo y conectivo, es imprescindible dejar de lado Dropbox esta aplicación permite que los docentes y alumnos tengan mayor facilidad de comunicación permitiendo almacenar y sincronizar archivos en línea y entre otros ordenadores y compartir archivos y carpetas con los alumnos o colegas de cátedra mediante tabletas y móviles.

Principales Funciones:

- ④ El profesor/a puede proponer instrucciones/consignas para la realización de tareas contenidas en un archivo que se envía al alumnado para su recepción, apertura, lectura e interpretación. Este

paso es opcional y fácilmente sustituible por mensajes de transmisión oral o analógica.

- ④ Elaboración del documento. El alumno/a elabora su trabajo a partir de un documento en blanco o bien de un archivo pre elaborado enviado por el profesor/a para abrir y editar siguiendo las pautas de la propuesta didáctica. El archivo producido puede presentar distintos formatos: documento de texto, presentación, hoja de cálculo, mapa conceptual, audio, vídeo, etc.
- ④ Envío al profesor/a. El alumno/a envía al profesor/a su archivo para su evaluación.

¿Qué Aporta Dropbox para el Proceso de Enseñanza y Aprendizaje?

- ④ El intercambio de archivos resulta fácil e intuitivo con sólo copiar/pegar o guardar dentro de la carpeta Dropbox usando el explorador de archivos.
- ④ Se puede acceder a los archivos desde cualquier ordenador. Se utiliza la web de Dropbox o bien el programa instalado en el equipo para gestionarlos
- ④ Sincronización segura. Cuando desde un dispositivo se realiza un cambio en un archivo alojado en Dropbox, esta modificación se

transmite automáticamente al servidor y luego al resto de equipos.
Este proceso es transparente, rápido y seguro.

Dropbox en el Aula.

El almacenamiento en la nube demanda disponer de conexión a Internet en el aula. Una vez resuelto este requisito es necesario instalar en el ordenador del profesor y de los alumnos la aplicación de escritorio Dropbox facilitándole al profesorado para distribuir o recolectar archivos de manera puntual.

