

EJE 5

Tecnología de la información y comunicación en ámbitos educativos

Aprovechamiento de las TIC en la elaboración de materiales de estudio para el aprendizaje a distancia del *merchandising*

3.^{er}

CONGRESO CARIBEÑO DE INVESTIGACIÓN EDUCATIVA

Nuevos conocimientos para la mejora de los procesos pedagógicos



INSTITUTO SUPERIOR
DE FORMACIÓN DOCENTE
SALOMÉ UREÑA
ISFODOSU

RECIE
REVISTA CARIBEÑA DE
INVESTIGACIÓN EDUCATIVA

Aprovechamiento de las TIC en la elaboración de materiales de estudio para el aprendizaje a distancia del *merchandising*

Use of ICT in the Development of Study Materials for Distance Learning of Merchandising

Ernesto Cabezas García¹

Resumen

El déficit de bibliografía impresa sobre *merchandising* y la carencia de medios de enseñanza son los obstáculos principales que limitan la formación a distancia de los dependientes comerciales, en el Centro de Capacitación del Ministerio de Turismo (MINTUR) de Cuba. Estas dificultades, constituyen una debilidad apremiante a resolver, en la que se ampara el autor para elaborar mediante las TIC, la nueva base material de estudio del aprendizaje a distancia del *merchandising*, objetivo fundamental de la presente investigación, en la que se aprovechan métodos teóricos y empíricos habituales, como el analítico-sintético, el histórico-lógico, el hipotético-deductivo y la revisión documental. Se confeccionaron dos libros y una guía didáctica para conducir el autoaprendizaje de los cursantes, los cuales se asociaron a imágenes, videos y bibliografías especializadas, en una multimedia *offline* elaborada para organizar el repositorio digital; su validación se realizó a través de la aplicación, consolidación y el análisis de observaciones y encuestas, que permitieron evidenciar su aceptación y eficacia para la educación a distancia del *merchandising*.

Palabras clave: aprendizaje, educación a distancia, *merchandising*, TIC.

Abstract

The deficit of printed bibliography on merchandising and the lack of teaching aids are the main obstacles that limit distance training for commercial employees at the Ministry of Tourism (MINTUR) Training Center in Cuba. These difficulties constitute an urgent weakness to be resolved, in which the author takes refuge, to elaborate through ICT, the new material base of study for distance learning of merchandising, fundamental objective of the present investigation, in which they take advantage of Usual theoretical and empirical methods, such as analytical-synthetic, historical-logical, hypothetical-deductive and documentary review.

It was possible to make two books and a didactic guide to conduct the self-learning of the students, which were associated with images, videos and specialized bibliographies, in an off/line multimedia created to organize the digital repository; whose validation was carried out through the application, consolidation and analysis of observations and surveys, which allowed to demonstrate its acceptance and effectiveness for distance education of merchandising.

Keywords: learning, distance education, merchandising, ICT.

¹ Universidad de La Habana. Cuba, ernecabezas@gmail.com

1. Introducción

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) se han convertido en el soporte por excelencia de una educación más personalizada, motivadora e inclusiva. Las transformaciones y efectos derivados de la propia evolución del siglo XXI obligan a repensar la pedagogía, los escenarios educativos, los medios de enseñanza y las vías para transmitir el conocimiento. Preparar al hombre para la vida sigue siendo la tarea fundamental. Un aprendizaje más atractivo, natural y significativo es la demanda recurrente de los estudiantes, devenidos en protagonistas de su propia formación.

En ello, la base material de estudio, los medios de enseñanza y la capacidad de los docentes para afrontar los desafíos de las TIC constituyen elementos indispensables para facilitar el aprendizaje desarrollador. Porto (2000) sostiene que los medios de enseñanza juegan un papel preponderante en este sentido, ya que son los materiales del proceso pedagógico que en función del método, representan las relaciones esenciales de forma-contenido, hacia la motivación y activación de las relaciones sujeto-objeto, objeto-sujeto, sujeto-sujeto, y a la internalización y externalización de contenidos, en las acciones individuales y conjuntas presentes en el proceso pedagógico.

Otros autores, como Yacoliev (1979), Tabío & Portuondo (2007) y Malagón & Frías (2011), coinciden de manera general en que estos medios son la vía para garantizar lo instructivo-educativo del proceso de enseñanza, hacia el logro de los objetivos de aprendizaje; son el ¿con qué enseñar?, el material científico que exige la obra de instrucción, que hace posible al profesor, influir en sus estudiantes.

Las TIC han adquirido una alta relevancia en la automatización, humanización, flexibilización y accesibilidad de la educación, dada su capacidad para representar, casi en su totalidad, los distintos procesos pedagógicos y didácticos. Al respecto, Ibáñez (2004), Porto (2004), Belloch (2006), Castro et al. (2007), Carneiro (2009), Falcón (2013) y Ruiz (2019) explican que la esencia de estas grandes posibilidades de las TIC están contenidas en su propia definición: como el conjunto de recursos necesarios para gestionar, crear, editar y/o modificar, almacenar, administrar, transmitir y resguardar la información; facilidades que incrementan a su vez, la efectividad de la Educación a Distancia (EaD) y de los Entornos Virtuales de Enseñanza Aprendizaje (EVEA), demostrado en su totalidad durante el azote de la COVID-19, momento en que los docentes se adentraron por completo en la digitalidad, para evitar la paralización total de la actividades educativas.

Entre las distintas modalidades de enseñanza que se imparten en el Centro de Capacitación del MINTUR de La Habana (CCM), la educación a distancia ha incrementado en gran medida su aceptación y preferencia por los trabajadores que no pueden abandonar su puesto de trabajo y necesitan cumplimentar estudios. No obstante, la información recabada durante la impartición de estos cursos ha evidenciado insatisfacción en algunas asignaturas, como en la competencia Organización de la Tienda, propia de la formación de Dependientes Comerciales, en la que se estudian las técnicas del *merchandising*, contenidos de vital importancia para el correcto desempeño y ejecución profesional de estos egresados, lo cual se ha visto afectado debido a las siguientes dificultades:

- No disponibilidad de materiales, folletos y/o libros impresos de la asignatura (como consecuencia de su alto costo en el mercado), agravado por la no existencia de laboratorios especializados para el aprendizaje práctico de la asignatura.
- Se desaprovechan las bondades de las TIC para suplir el déficit de bibliografía, lo que entorpece la gestión y el estudio autodidacta de los cursantes, pues no disponen de acceso a internet y de tiempo extra para acudir a bibliotecas especializadas.

Ante esta situación, el autor se planteó como objetivo fundamental: elaborar mediante las TIC, la nueva base material de estudio para el aprendizaje a distancia del *merchandising*, tema que se aborda en el presente artículo.

2. Metodología

Se aprovechan métodos teóricos y empíricos conocidos, entre ellos, el analítico-sintético para la determinación del marco teórico que sustenta la elaboración de los materiales de estudio y los medios de enseñanza dirigidos a facilitar el aprendizaje a distancia del *merchandising*; el histórico-lógico en el análisis evolutivo del aprendizaje mediado por las TIC en la educación, el hipotético-deductivo para la propuesta de mejoras en el aprendizaje a distancia del *merchandising*; la revisión documental y la sistematización en la selección de contenidos para conformar los materiales de estudio; la observación para la identificación de las dificultades en enseñanza práctica del *merchandising*, y su mejora, a través de los nuevos materiales diseñados; en cuya validación se aplicaron encuestas a los cursantes para establecer su nivel de aceptación.

3. Resultados

En correspondencia con el programa docente de la asignatura, los problemas identificados y la disponibilidad de las TIC convencionales, se elaboraron dos libros de texto fundamentales y una guía didáctica para encausar el estudio a distancia. El primer volumen fue dedicado a las exigencias y normativas de la Empresa Comercial Caracol S. A., en la cual laborarán los egresados; y en el segundo se recopilaron los contenidos pertinentes al *merchandising* (Anexo 1).

Con posterioridad, estos materiales fueron asociados con videos demostrativos seleccionados en YouTube, imágenes técnicas y otras bibliografías internacionales pertinentes, dirigidos a incrementar la percepción práctica de la asignatura, y minimizar la carencia de laboratorios especializados. Estos aspectos quedaron organizados en la multimedia «*Merchandising* para crecer», (Anexo 1), desarrollada para Windows; aunque a través de las aplicaciones comunes de Android e IOS es posible acceder a todos los recursos de la misma. En la actualidad se trabaja en su migración hacia otras plataformas y, a pesar de las limitaciones de conectividad, no se descarta la posibilidad de crear aulas virtuales para favorecer la EaD y EVEA.

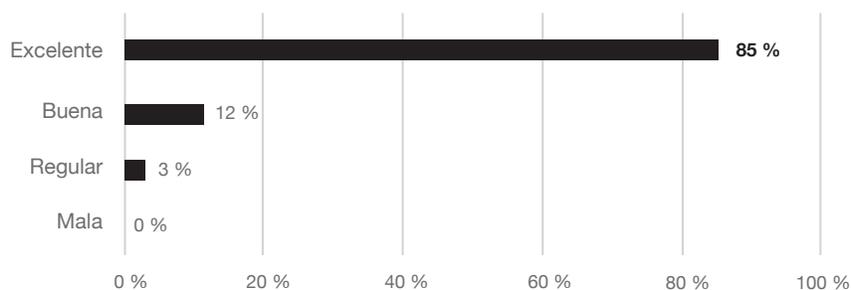
Para medir la aceptación de la nueva base material de estudio creada se realizaron encuestas a los 86 trabajadores que cursaban la especialidad en 2021; estos fueron los resultados:

Pregunta uno: ¿Usted dispone de algún móvil inteligente o computadora personal que le permita consultar los materiales y videos digitales del curso? El 97 % (83) respondió afirmativamente, y el 3 % (3) restante refirió que NO.

Pregunta dos: ¿La multimedia y los materiales de estudio elaborados facilitan la comprensión de los contenidos de la asignatura y la realización del estudio independiente? El 97 % (83) respondió afirmativamente, y el 3 % (3) restante refirió que NO, debido a la carencia de móviles inteligentes y/o computadoras personales para consultar la información.

Pregunta tres: ¿Cómo usted valora la calidad, estructura y el contenido de los materiales de estudio y la multimedia? El 85 % (73) afirmó que es excelente, el 12 % (10) buena y el restante 3 % (3) Regular.

Gráfico 1
Valoración del estudiante sobre la calidad, estructura y contenido de los materiales



Nota: Elaboración propia

4. Conclusiones

Los resultados obtenidos hacen viable la propuesta de aprovechar las TIC convencionales en el aprendizaje a distancia del *merchandising*, a través de los materiales de estudio y la multimedia *offline* conformada para este fin. Todo ello consolida la visión del autor y cumple el objetivo propuesto en la presente investigación, al aprovecharse las TIC como medio facilitador para generar la nueva base material de estudio, conducir el aprendizaje a distancia del *merchandising*, disminuir las no conformidades existentes y garantizar el cumplimiento del programa docente de la asignatura.

5. Referencias bibliográficas

- Belloch, C. (2006). Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en el aprendizaje. <https://www.uv.es/bellochc/pedagogia/EVA1.pdf>
- Carneiro, R. (2009). *Las TIC y los nuevos paradigmas educativos: la transformación de la escuela en una sociedad que se transforma* (R. Carneiro, J. C. Toscano, & T. Díaz, Eds.). Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) y Fundación Santillana.
- Castro, S., Guzmán, B., & Casado, D. (2007). Las TIC en los procesos de enseñanza y aprendizaje. *Laurus*, 13(23).
- Falcón, M. (2013). La educación a distancia y su relación con las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones. *MEDISUR*, 11(3). <https://r.issu.edu.do/kn>
- Ibáñez, J. (2004). *Educación transformadora - Acción social- Ciencias Sociales - TIC* http://jei.pangea.org/edu/f/tic-uso-edu.htm#_Toc50017373
- Malagón, M., & Frías, Y. (2011). *La mediación como potencial de las TIC en los procesos de enseñanza-aprendizaje*. CECES, Universidad de Pinar del Río.
- Porto, A. (2000). *Los medios del proceso pedagógico*. Instituto Superior Pedagógico para la Educación Técnica y Profesional (ISPETP).
- Porto, A. (2004). *Las tecnologías educativas en la didáctica desarrolladora de la educación superior*. Universidad Técnica de Bolivia (ETB).
- Ruiz, M. (2019). *La importancia de las TIC en la educación*. Flup. <https://r.issu.edu.do/dA>
- Tabío, M., & Portuondo, O. (2007). Una estrategia didáctica para el desarrollo de la habilidad de expresión oral en idioma inglés. *Gerencial*.
- Yacoliev, N. (1979). *Metodología y técnica de la clase*. Libros para la educación.

Anexo 1

Capturas de pantalla de los materiales de estudio y de la multimedia: "Merchandising para crecer"



Multimedia

