



PREMIOS'07

a la innovación en la enseñanza

Universidad de León
Consejo Social

Premios 2007 a la Innovación en la Enseñanza.

© UNIVERSIDAD DE LEÓN. Consejo Social

© Fotografías: José Luis Gago García

Edita: Consejo Social de la Universidad de León

Depósito Legal: LE-1422-2007

Printed in Spain. Impreso en España

ArtesAna Creatividad Gráfica para R&J Creativos Asociados-LEÓN

**PREMIOS
A LA INNOVACIÓN EN LA ENSEÑANZA
2007**



Universidad de León
Consejo Social

ACTA
de resolución final del Jurado de los
Premios 2007 a la Innovación en la Enseñanza,
convocado por el Consejo Social de la Universidad de León

Reunido el Jurado de los **Premios 2007 a la Innovación en la Enseñanza**, compuesto por D. VIDAL LUIS MATEOS MASA, de la Universidad de Extremadura, D. BERNARDINO SALINAS FERNÁNDEZ, de la Universitat de Valencia y D. J. GUILLERMO BERNABEU PASTOR, de la Universidad de Alicante, tras realizar la evaluación de los proyectos presentados, ha tomado la decisión, por unanimidad, de hacer la siguiente propuesta de premios:

Primer premio al proyecto:

“*e-ABP* EN LA DOCENCIA DE LA INGENIERÍA CARTOGRÁFICA EN ENSEÑANZAS TÉCNICAS EN EL ESPACIO EUROPEO DE EDUCACIÓN SUPERIOR”

Presentado por *Dña. M^a Flor Alvarez Taboada*

Accésit al proyecto:

“EL APRENDIZAJE MULTIDISCIPLINAR DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES DE TRABAJO EN EQUIPO EN TITULACIONES UNIVERSITARIAS DIFERENTES CON OBJETIVOS FORMATIVOS COMPLEMENTARIOS: ADAPTACIÓN AL EEES”

Presentado por *D. Juan Francisco Escudero Espinosa*

León, 30 de marzo de 2007





Accésit

**“EL APRENDIZAJE MULTIDISCIPLINAR DE LAS
COMPETENCIAS PROFESIONALES DE TRABAJO EN EQUIPO
EN TITULACIONES UNIVERSITARIAS DIFERENTES
CON OBJETIVOS FORMATIVOS COMPLEMENTARIOS:
ADAPTACIÓN AL EEES.”**

Miguel Cervantes Blanco*
Juan Francisco Escudero Espinosa**

** Profesor Titular del Área de Márketing del Dpto. de Dirección y Economía de la Empresa de la Universidad de León.*

*** Catedrático de la Escuela Universitaria de Derecho Internacional Público y Relaciones Internacionales del Dpto. de Derecho Público de la Universidad de León*

e-mail: miguel.cervantes@unileon.es

juan.escudero@unileon.es

Sumario:

1. *Ámbito de la acción docente.*
2. *Justificación.*
3. *Objetivos, metodología y desarrollo de la acción.*
4. *Resultados alcanzados.*
5. *Bibliografía.*

1. ÁMBITO DE LA ACCIÓN DOCENTE

La presente acción se ha desarrollado en el marco de la docencia correspondiente a las asignaturas de «Promoción Comercial», de la Licenciatura en Investigación y Técnicas de Mercado (Marketing) impartidos en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales por Profesores del Departamento de Dirección y Economía de la Empresa, y de «Derecho Comunitario Europeo», perteneciente a la Diplomatura en Gestión y Administración Pública, impartida en la Facultad de Derecho por Profesores del Departamento de Derecho Público.

A lo largo de este curso académico han participado en la acción un total de 43 estudiantes, 2 profesores y el Responsable de Recursos Digitales y Audiovisuales de la Universidad de León. En la asignatura de Promoción Comercial participaron 22 en 2006-07 y 25 en 2005-06, y en la asignatura de Derecho Comunitario Europeo 21 en el curso 2006-07 y 26 en el curso 2005-06.

Además, los estudiantes han realizado encuestas y entrevistas a Profesores de la Facultad de Derecho y a estudiantes de la Universidad de León, sin cuya colaboración, los resultados alcanzados en los trabajos presentados no serían iguales.

Finalmente, D. Santiago Asenjo Rodríguez, colaboró en las consultas que los estudiantes realizaban sobre las bases de datos de legislación disponibles y asistió a la exposición pública de los trabajos, como miembro del jurado de evaluación, realizando consultas y valoraciones.

2. JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN

Durante el presente curso académico, se ha llevado a cabo en la Facultad de Económicas y Empresariales, la evaluación de calidad de la Licenciatura en Investigación y Técnicas de Mercado. Se plantea en el Informe de Autoevaluación y del Comité de Evaluación Externa, la necesidad de adaptar la formación mediante la incorporación del trabajo de las diferentes competencias profesionales, la adaptación a la complementariedad y a la integración de perfiles diferentes de estudiantes (a tiempo parcial y completo).

Por lo que se refiere a los estudios de la Diplomatura en Gestión y Administración Pública, se trata de paliar los principales puntos débiles de su "programa de formación y desarrollo de la docencia" señalados en el Informe de Autoevaluación de las titulaciones de Licenciado en Derecho y Diplomado en Gestión y Administración Pública, presentado en marzo de 2001.

Por este motivo, los profesores de estas asignaturas se plantearon la posibilidad de incorporar la competencia de trabajo en equipo como un aspecto de la formación de los estudiantes a partir de participación en diferentes cursos de formación del profesorado de la Universidad de León, entre los que se encontró el titulado "Trabajo en equipo como competencia", impartido por el Profesor de la Universidad de Deusto, Manuel Poblete Ruiz, al que siguieron otros dos cursos sobre «Trabajo en equipo como competencia en la docencia» y «Trabajo en equipo como competencia y como estrategia de aprendizaje» impartidos en los cursos académicos 2003-04 y 2004-05.

La necesidad se manifestaba clara al valorar cómo los estudiantes estaban realizando trabajos en equipo. En el estudio «Proyecto de adaptación de ITM al EEE» en el que participa la Universidad de León, junto con 12 Universidades más, y en mesas de trabajo con profesionales y empresas de AEDEMO (Asociación nacional de empresas de estudios de mercado, marketing y opinión) se manifiesta cómo las empresas requieren profesionales que tengan competencias en el ámbito del trabajo multidisciplinar. Es decir, en las titulaciones se están realizando trabajos entre personas que pertenecen a la misma titulación; pero en el ámbito empresarial deberán trabajar con titulados y personas de distintas disciplinas y niveles académicos. Por consiguiente, se detecta que existe un gap entre la actividad de trabajo en equipo que se desarrolla en las aulas y el trabajo en equipo que se lleva a cabo y que requieren las empresas.

Además, el proyecto resultaba innovador porque su propuesta pretendía ir más allá en la formación de los grupos de trabajo en los que su carácter multidisciplinar estuvo determinado porque se trataba de alumnos procedentes de dos titulaciones, que en ámbito profesional van a coincidir y complementar, como son Gestión y Administración Pública e Investigación y Técnicas de Mercado, y porque estos estudiantes poseían perfiles diferentes.

Efectivamente, en las dos asignaturas había estudiantes que estaban a tiempo completo y otros que están a tiempo parcial, compaginando los estudios con el trabajo. Esta situación planteaba retos y oportunidades muy interesantes, ya que frente a la dificultad que conlleva desarrollar un trabajo integrado por personas que ya están en el mercado laboral, por otro lado esta circunstancia permitía que sus aportaciones fuesen más realistas y adaptadas al ámbito profesional.

La formación previa a los estudios universitarios también resultaba muy diversa. En este sentido, gran parte de los alumnos de Gestión y Administración Pública provienen del Bachillerato y de Módulos de Formación Profesional. Por lo que se refiere a la titulación de Investigación y Técnicas de Mercado, al tratarse de estudios universitarios de 2º ciclo, los estudiantes tienen una formación previa universitaria, diferente: 50% proceden de la Diplomatura de Ciencias Empresariales y de la Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas, y el resto de Ingenierías.

Otro factor que hay que considerar en ambas asignaturas es el número de estudiantes Erasmus y de convenio que participaron. En total, se integraron en los grupos, 15 estudiantes procedentes de Italia, Francia, Portugal, Hungría, México y Polonia.

La concurrencia de todos estos factores proporciona una situación que se aproxima con cierta exactitud a la que podría surgir en grupos de trabajo de carácter profesional. En esta situación pretendemos que los alumnos aprendan a lograr unos resultados mediante la coordinación del trabajo de todos los integrantes del grupo que se demuestran muy superiores a los que podrían alcanzar individualmente o mediante la mera yuxtaposición de trabajos.

3. OBJETIVOS, METODOLOGÍA Y DESARROLLO DE LA ACCIÓN

El principal objetivo ha sido desarrollar una actividad multidisciplinar, con estudiantes de diferentes asignaturas y estudios universitarios, creando una situación que se aproxime a la realidad y en la que el estudiante aprenda los conocimientos propios de cada especialidad a la vez que adquiere unas competencias profesionales, especialmente la de trabajo en equipo.

Además se ha pretendido desarrollar otras competencias profesionales como son la organización del grupo de trabajo, guiada y autónoma, la distribución de tareas y responsabilidades dentro del grupo, y la capacidad de síntesis de los resultados.

La consecución de los objetivos propuestos llevó a los dos Profesores a un estudio detallado de los puntos que interesaban a los alumnos de ambas asignaturas teniendo en cuenta su formación de partida y los contenidos conceptuales de cada una de las dos asignaturas.

En una primera etapa se definió la competencia de "trabajo en equipo" y se establecieron los indicadores para su desarrollo. Asimismo, también se estableció el sistema de evaluación de la misma tanto para la fase de realización del trabajo como para el resultado mismo del trabajo. También se estudiaron las diversas técnicas de trabajo de esta competencia y de formación de grupos.

Se estudió la posible realización de un caso práctico de la Licenciatura en Investigación y Técnicas de Mercado con los alumnos de la Diplomatura en Gestión y Administración Pública. Ello se llevó a cabo formando equipos en los que estaban mezclados los alumnos de ambas titulaciones. El número de alumnos de cada asignatura era similar, con lo que hubo una proporción equivalente. Se siguió una asignación aleatoria en la formación de los grupos siguiendo el orden de lista para tratar de asemejarlo a una situación predeterminada y no elegida por los implicados.

Previamente se analizó por los Profesores las diferentes posibilidades de formación de los grupos. Así, en el curso 2005-06 se optó por la técnica de reuniones del grupo y reuniones de expertos. En el curso 2006-07, esta opción fue descartada ya que distraía a los alumnos del grupo inicial y daba lugar a una mera yuxtaposición de las tareas en el grupo. Se deseaba más integración dentro del equipo.

Posteriormente se diseñó el supuesto. Por un lado había de tratarse de una promoción comercial y, por otra parte, debía tener ciertos contenidos vinculados al Derecho Comunitario Europeo. En consonancia también con las competencias trabajadas en esta última asignatura, entre las que se encuentra la gestión de bases de datos, se pensó en una promoción comercial de una base de datos centrada en el Derecho comunitario. Aunque el primer año se optó por la misma base para todos los grupos, lo que favoreció cierta competitividad en la exposición y en el resultado del trabajo, en este curso se consideró más interesante el que la competitividad fuese más real y cada grupo debía trabajar un servicio jurídico on-line diferente (*figs. 1 y 2*) para proponer una oferta a la Universidad en la que también se incluiría la promoción del producto.

Seguidamente se estableció un calendario para la realización. Los alumnos dispondrían de todos los materiales en el Aula virtual de cada asignatura (<http://www.aula.unileon.es>).



Universidad de León

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Facultad de Derecho



Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado
Diplomado en Gestión y Administración Pública

Prof.Dr. Miguel Cervantes Blanco
Prof.Dr. Juan Francisco Escudero Espinosa

**PROMOCIÓN COMERCIAL
DERECHO COMUNITARIO EUROPEO**

Contratación de un servicio jurídico on-line por la Universidad de León y campaña de promoción del mismo

Diciembre – enero de 2006

La Universidad de León es una institución pública que desea facilitar a toda su comunidad un servicio jurídico on-line en materia de Derecho Comunitario adecuado a sus necesidades. Por este motivo ha decidido contratar uno de estos servicios mediante un concurso público que será adjudicado a la mejor oferta y cuya contratación no obedecerá exclusivamente a criterios económicos.

Se pretende que tanto profesores, personal de administración y servicios como estudiantes puedan acceder a la normativa comunitaria según sus necesidades. La Universidad ya posee licencias para otras materias pero en este ámbito se encuentra sin servicio en la actualidad.

Igualmente desea optimizar los servicios on-line que actualmente presta la Biblioteca de la Universidad de tal manera que se atendería a la unificación de los ya contratados en otras materias en uno que facilitase documentación de Derecho Comunitario.

Desde la propia Universidad se desea que el mismo servicio sea conocido y utilizado ampliamente por toda la comunidad universitaria al objeto de rentabilizar al máximo el coste del servicio. Para ello, dentro de la oferta ha de incluirse un plan de promoción mediante el cual se consiga dar a conocer el servicio entre los potenciales usuarios, en una primera fase, para ampliar y generalizar el uso entre todos sus miembros en etapas posteriores. Por parte de la Universidad se entiende que el coste de este plan sería por cuenta del servicio jurídico on-line con el que se contrate ya que entiende que, de alguna manera, abren la posibilidad de promoción del producto en la comunidad universitaria ya que cada usuario podría convertirse en un potencial cliente directo del servicio jurídico on-line.

1. CONTENIDO DE LAS PROPUESTAS

Se deben presentar los siguientes apartados:

OFERTA DEL SERVICIO ON-LINE
1. DESCRIPCIÓN DE LOS CONTENIDOS GENERALES QUE OFRECE POR INTERNET
2. CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS DE LOS CONTENIDOS DE DERECHO COMUNITARIO QUE OFRECE EL SERVICIO
3. VENTAJAS RESPECTO A OTROS SERVICIOS JURÍDICOS ON-LINE SIMILARES

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN
1. PUBLICOS OBJETIVOS (TARGETS)
2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN
3. ESTRATEGIA CREATIVA
4. ESTRATEGIA DE MEDIOS
5. PLANIFICACIÓN Y PROGRAMACIÓN DE MEDIOS
6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

2. FORMACIÓN DE LOS EQUIPOS

Los equipos estarán formados por 5 alumnos, 3 de la asignatura de Promoción Comercial y 2 de la de Derecho Comunitario Europeo que serán establecidos por los profesores de las asignaturas.

En una primera reunión, los equipos tratarán de establecer un plan para la realización del trabajo que deberá reflejarse en la *Hoja para la realización del trabajo en equipo*.

3. CALENDARIO

- 5 de diciembre: Presentación del trabajo en equipo y formación de los equipos. Primera reunión de los equipos para establecer una planificación del trabajo.
- 12 de diciembre: Reunión en el aula de los grupos y debate en su seno de los estudios y propuestas.
- 19 de diciembre: Reunión de los equipos para elaborar el trabajo con las aportaciones.
- 18 y 19 de enero: Exposición por los equipos de los resultados del trabajo. En estas sesiones estará presente el Director de Recursos Digitales y Audiovisuales de la Universidad de León, Santiago Asenjo Rodríguez.

León, 4 de diciembre de 2006

Figura 2.



Universidad de León

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Facultad de Derecho



Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado
Diplomado en Gestión y Administración Pública

Prof.Dr. Miguel Cervantes Blanco
Prof.Dr. Juan Francisco Escudero Espinosa

Briefing de las campañas de promoción de diversos servicios jurídicos on-line

Diciembre de 2006

A) Características de los clientes:

1. Empresas

Westlaw@ES, *elderecho.com*, *tirantonline.com*, y *iustel.com*, son servicios jurídicos on-line que ofrecen diversas empresas a la comunidad jurídica internacional. Se trata de servicios gestionados por editoriales de carácter jurídico con sede en diversas ciudades. Mediante estos servicios se pone a disposición de los profesionales jurídicos la búsqueda y obtención de sentencias, leyes y otros documentos contenidos en una amplia biblioteca global de material jurídico y empresarial.

2. Servicios que ofrecen

Se trata de servicios de información jurídica on-line y se ofrecen mediante suscripción que da derecho al acceso a jurisprudencia, legislación, revistas de derecho, tratados y directorios organizados por áreas y jurisdicciones.

Se presentan en español y todos los contenidos se encuentran en el idioma original de la información y también en otros. Normalmente, ofrecen el servicio jurídico on-line combinando la tecnología y experiencia de los grupos editoriales. Mediante suscripción ofrecen, según cada uno, acceso a legislación (consolidada, estatal, autonómica), jurisprudencia y bibliografía. También ofrecen otros contenidos opcionales como legislación europea, legislación de todas las comunidades autónomas, convenios colectivos, Dirección General de Tributos del Estado. Algunos ofrecen ámbitos especializados (Fiscal, Social, Civil, Mercantil y Administración Local).

El precio de las suscripciones suele variar según se trate de Instituciones y Corporaciones o de carácter individual. En algunos el acceso al servicio de legislación comunitaria supone un incremento en el coste de cada licencia. Igualmente, en algunos el coste se ve incrementado si se desea tener más licencias, es decir, si se desea que el número de usuarios concurrentes sea mayor.

3. Acciones de comunicación realizadas por la empresa en los 2 últimos años

Para dar a conocer los servicios que ofrece cada servicio jurídico on-line, las empresas han realizado diversas acciones de comunicación como las siguientes:

- Anuncios en revistas profesionales del ámbito jurídico
- Visitas de los vendedores
- Web de cada uno de los servicios on-line:
 - www.westlaw.es y web de la Universidad (Biblioteca Universitaria)
 - www.elderecho.com
 - www.tirantonline.com y web de la Universidad (Biblioteca Universitaria)
 - www.iustel.com

B) Características de la propuesta de promoción:

1. Objetivos de marketing

1. Incrementar el número de usuarios (en la actualidad se estima que son usuarios 20 profesores de la Facultad de Derecho).
2. Potenciar una imagen positiva de los usuarios actuales
3. Aumentar el número de visitas de los usuarios actuales

2. Objetivos de comunicación

1. Dar a conocer las características del servicio on line
2. Mejorar los canales actuales, con una comunicación más directa
3. Incrementar el reconocimiento del servicio jurídico on-line

3. Públicos objetivos

1. Universidad de León:
 - Profesores e investigadores
 - Estudiantes de derecho
2. Abogados, jueces y magistrados
3. Empresas de asesoría jurídica
4. Instituciones Públicas (administraciones comunitarias, estatales, autonómicas y locales)

La empresa se dirigirá en esta acción al primero de los públicos objetivos: Universidad de León

4. Acciones de comunicación solicitadas y plazos de ejecución

- Plan de comunicación de marketing directo.
- Plazo de ejecución: Febrero y marzo de 2006

5.- Presupuesto

1.500 euros

Figura 4.

El proyecto fue presentado a los alumnos en el penúltimo mes del cuatrimestre conforme al programa de trabajo de la asignatura que ya disponían. Se formaron los grupos y se concretaron las reuniones para la realización del trabajo. Con esta finalidad se proporcionó a los alumnos una "hoja de tareas" (*fig. 5*) que les ayudase a definir objetivos, tareas y a asignar responsables de la ejecución de esas tareas. Posteriormente, se comprobó que los grupos que lograban una mayor concreción de esta "hoja" lograban resultados mucho mejores. Estas reuniones se llevaron a cabo en aulas tanto de la Facultad de Económicas y Empresariales como de Derecho con la finalidad de una mayor movilidad de los alumnos.

Finalmente, para la exposición de los trabajos se eligió un aula con medios audiovisuales como son el Aula de postgrado y aula 11 de la Facultad de Económicas y Empresariales, ambas dotadas con equipamiento multimedia. También fueron utilizadas por su carácter flexible, en cuanto a movilidad de sillas y mesas, a la hora de llevar a cabo las reuniones programadas del trabajo en equipo. Para las exposiciones, los alumnos disponían de un tiempo limitado en el que debían presentar su propuesta.

Como técnico, estuvo presente el Responsable de Recursos Digitales y Audiovisuales y, de acuerdo con el supuesto presentado a los alumnos, representante de la propia Universidad. Las exposiciones concluyeron con un diálogo y debate con los Profesores sobre la forma de realización del trabajo, puntos fuertes del resultado y puntos más débiles. Todos los grupos debían presentar una Memoria.

Al término de la acción, se procedió a una evaluación general de la realización y de los resultados obtenidos y se formularon unas conclusiones y puntos a mejorar. A la vista de los resultados y de la evaluación de opinión de los alumnos se consideró que se han logrado las expectativas.

4. RESULTADOS DE LA ACCIÓN

La formación en la competencia de trabajo en equipo constituye una prioridad en las orientaciones de mejora de los estudios universitarios. La dificultad que tienen los alumnos para el desarrollo de este tipo de trabajos pone de manifiesto esta carencia. En este sentido, la puesta en marcha de este tipo de acción constituye ya un logro. Por otra parte, las características propias como la multidisciplinariedad y el diseño de los grupos y del supuesto concreto, son una gran ocasión para la formación en esta competencia a la vez que se asimilan los conocimientos conceptuales de cada asignatura.



Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado
Diplomado en Gestión y Administración Pública

Hoja de Tareas del Trabajo en equipo
Derecho Comunitario Europeo
Promoción Comercial

Equipo:

Título del trabajo práctico:

OBJETIVOS					
ASPECTOS RELEVANTES / CAPÍTULOS PRINCIPALES		DATOS NECESARIOS		OK	
1		1			
2		2			
3		3			
4		4			
5		5			
6		6			
DISTRIBUCIÓN DE TAREAS A REALIZAR		RESPONSABLE	DURACIÓN	FECHA ENTREGA	OK
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
CALENDARIO DE REUNIONES		FECHA	LUGAR	PARTICIPACIÓN	OK
1					
2					
3					
4					
NORMAS BÁSICAS DE FUNCIONAMIENTO DEL EQUIPO					
1		4			
2		5			
3		6			
PREPARACIÓN DEL RESULTADO DEL TRABAJO		RESPONSABLE	DURACIÓN	FECHA ENTREGA	OK
1					
2					
3					

Figura 5.

También se logra la realización de tareas de carácter práctico y la incorporación de medios audiovisuales e informáticos en la docencia.

Como ya ha sido puesto de manifiesto, la acción fue puesta en marcha de manera experimental durante el curso 2005-06. Al término del cuatrimestre se llevó a cabo una evaluación de los resultados y de su desarrollo. Como consecuencia se hizo un reajuste de la formación de los grupos, de sus reuniones, una mayor concreción de las instrucciones para los alumnos y planteamiento más variado del caso abierto a la valoración por un técnico ajeno al Plan Docente.



Integrantes del grupo ADP Marketing con los Profs. Cervantes Blanco y Escudero Espinosa en el Aula de Postgrado de la Facultad de CC. Económicas y Empresariales el día de la exposición de los trabajos, 26 de enero de 2007.

Entre las principales dificultades se han encontrado el diseño de un supuesto de interés para los alumnos de ambas asignaturas, la disponibilidad de espacios adecuados para las reuniones en grupo, y la disponibilidad de los alumnos para trabajar en grupos no homogéneos.

Para la evaluación se ha distribuido un cuestionario de entre los estudiantes (fig. 6). Asimismo, los dos profesores que desarrollaron la acción han llevado a cabo cinco reuniones de trabajo, de las que dos han sido para evaluar los resultados y proponer mejoras de acción.



Universidad de León



Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado
Diplomado en Gestión y Administración Pública

Prof.Dr. Miguel Cervantes Blanco
Prof.Dr. Juan Francisco Escudero Espinosa

CUESTIONARIO DE OPINIÓN DE LOS ALUMNOS SOBRE LA REALIZACIÓN DE UN TRABAJO EN EQUIPO DE CARÁCTER MULTIDISCIPLINAR. CURSO 2006-2007

RESULTADOS

Esta encuesta va dirigida a los alumnos de las asignaturas de Derecho Comunitario Europeo de la Diplomatura en Gestión y Administración Pública y de Promoción Comercial de la Licenciatura de Investigación y Técnicas de Mercado de la Universidad de León.

Descripción del encuestado

1. Edad. Media: 24 años	2. Sexo	Hombre <input type="checkbox"/> 33%	Mujer <input type="checkbox"/> 67%
3. Número de asignaturas en las que te has matriculado: Valores medios. Obligatorias (7) Opativas (2) Anuales (3) Cuatrimestrales (7)			

1. Grado de participación en el trabajo en equipo

4. Indica el número de horas que has realizado actividades fuera del aula	5 <input type="checkbox"/> 11%	10 <input type="checkbox"/> 26%	15 <input type="checkbox"/> 29%	20 <input type="checkbox"/> 11%	25 <input type="checkbox"/> 7%	30 <input type="checkbox"/> 14%
5. ¿Has realizado las actividades fuera del aula conforme a la programación de la asignatura?	Nada <input type="checkbox"/>	Poco <input type="checkbox"/> 10%	Bastante <input type="checkbox"/> 28%	Mucho <input type="checkbox"/> 60%		
6. ¿Has realizado las tareas del trabajo en equipo conforme a la planificación del equipo?	Nada <input type="checkbox"/>	Poco <input type="checkbox"/> 7%	Bastante <input type="checkbox"/> 39%	Mucho <input type="checkbox"/> 53%		

2. Planificación del trabajo en equipo

7. ¿Se ha cumplido el plan de trabajo del equipo?	93%	8. ¿Te parece adecuado y proporcionado con los créditos?	55%
9. ¿Es adecuada la distribución del tiempo dentro del aula?	57%	10. ¿Es adecuado el tiempo de trabajo en equipo fuera del aula?	82%
11. Si no te parece adecuada la distribución de las actividades dentro o fuera del aula para la realización del trabajo en equipo, indica el motivo:			

Valora de 1 (bajo) a 5 (alto) el grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones

Valor (bajo) (alto)
Medio 1 2 3 4 5

3. El trabajo en equipo como estrategia de enseñanza - aprendizaje

12. El trabajo en equipo como estrategia didáctica se adecua al tipo de formación que se persigue	3,3	<input type="checkbox"/>				
13. El trabajo en equipo constituye una técnica didáctica innovadora	3,3	<input type="checkbox"/>				
14. El número de alumnos en el aula condiciona el desarrollo del trabajo en equipo	3,4	<input type="checkbox"/>				
15. El tipo de aula condiciona el desarrollo del trabajo en equipo	3,2	<input type="checkbox"/>				
16. Resulta adecuado el aprendizaje mediante competencias	3,0	<input type="checkbox"/>				
17. La competencia de trabajo en equipo resulta interesante	3,2	<input type="checkbox"/>				
18. En caso de desacuerdo, indica qué otras competencias consideras interesantes para trabajar en esta asignatura:						
19. La realización de un trabajo en equipo me parece formativo	3,2	<input type="checkbox"/>				
20. El trabajo en equipo como método de enseñanza-aprendizaje fomenta el aprendizaje independiente del alumno	3,1	<input type="checkbox"/>				
21. Considero que he aprendido más con este método	3	<input type="checkbox"/>				
22. La asignatura exige más horas de las previstas de trabajo personal	4	<input type="checkbox"/>				
23. El método seguido implica más esfuerzo pero los resultados son más satisfactorios	3,4	<input type="checkbox"/>				

4. Sistema de evaluación de la competencia de trabajo en equipo

24. Considero adecuado el sistema de evaluación de la competencia de trabajo en equipo	3,2	<input type="checkbox"/>				
25. Los criterios para la evaluación me parecen objetivos	3,1	<input type="checkbox"/>				
26. Me parecen adecuadas las informaciones facilitadas por el Profesor sobre el sistema de evaluación y los criterios aplicables	3,3	<input type="checkbox"/>				
27. En caso de desacuerdo con alguna de las afirmaciones anteriores, indicar el motivo y alternativas:						

5. Instalaciones y recursos como instrumentos para la realización del trabajo en equipo

28. Considero adecuada infraestructura de las aulas para el desarrollo del trabajo en equipo	3,7	<input type="checkbox"/>				
29. Considero adecuada la disponibilidad de medios audiovisuales en las clases y otros sistemas de apoyo	3,7	<input type="checkbox"/>				
30. Considero adecuada la dotación de mobiliario en las aulas	3,8	<input type="checkbox"/>				

Indica aspectos que crees que se deberían mejorar en el planteamiento del trabajo en equipo:

Gracias por tu colaboración.

Ya en el curso 2005-06 se llevó a cabo esta misma acción y de cuya evaluación se ha podido mejorar la propuesta para este curso 2006-07. Estas mejoras han incidido en el ámbito de la organización y composición de los grupos, seguimiento tutorial de la actividad, y en cuanto a las instrucciones que habían de facilitarse a los alumnos para la realización del trabajo. Todo ello fue el resultado de las valoraciones y de la reflexión por parte de los Profesores, así como de las observaciones realizadas por los estudiantes.

El trabajo en equipo multidisciplinar con estudiantes de distintos niveles académicos y profesionales, es una necesidad demandada por las empresas de todo tipo de dimensión, ámbito geográfico y sector. Por lo tanto, la acción propuesta es aplicable al resto de asignaturas de la Universidad. Los principales aspectos a tener en cuenta, radican en los aspectos de diseño de situaciones de resolución comunes para todos los estudiantes y en la capacidad de organización docente.

La acción se ha difundido en la Facultad de Económicas y Empresariales entre el grupo de profesores de marketing que participan en la docencia de asignaturas de Investigación y Técnicas de Mercado.

Por otra parte, en la Facultad de Derecho ha sido expuesto como proyecto innovador en lo que se refiere al modelo de enseñanza-aprendizaje a la espera de que el mismo se consolide y sea respaldado a nivel institucional para que pueda ser propuesto como modelo.

BIBLIOGRAFÍA

Fuentes de Información:

Referencias bibliográficas del curso del CFAI "*El trabajo en equipo como competencia*", impartido por D. Manuel Poblete Ruiz en noviembre de 2004.

Referencias bibliográficas del curso del CFAI, "*Taller sobre el proceso de aprendizaje*", impartido por Dña. Africa de la Cruz en el 2004.

Proyecto Tunning, de adaptación de los estudios universitarios al EEEs

POBLETE RUIZ, M. «La enseñanza superior basada en competencias». In: Seminario Internacional: Orientaciones pedagógicas para la convergencia europea de educación superior. Bilbao: Universidad de Deusto.

Informe "*Proyecto de adaptación de ITM al EEEs*". Universidad de Granada. Mayo 2005. Participaron 13 Universidades.

Informe de Autoevaluación de las titulaciones de Licenciado en Derecho y Diplomado en Gestión y Administración Pública, presentado en marzo de 2001.

Informe financiado por la Junta de Castilla y León. *Adaptación de los actuales estudios de la Licenciatura de segundo ciclo en Investigación y Técnicas de Mercado (Marketing)*. Universidad de León. Junio 2006. Participaron 15 Universidades.

Perfiles profesionales. Licenciados en Derecho. Universidad Carlos III. Proyecto de elaboración del Libro Blanco de la Licenciatura en Derecho.

El área de marketing de la Universidad de León, participa, desde 2004 en la Comisión de Trabajo Universidad - Aedemo (Asociación Española de Estudios de mercado, marketing y opinión).

Web de la titulación de ITM. www.economicas.unileon.es/itm



Universidad de León
Consejo Social