

(Fase III) Proyecto 2020 de identificación y medición de competencias personales e interpersonales en estudiantes de Grado. CEE_021.21_INN

OBJETIVOS

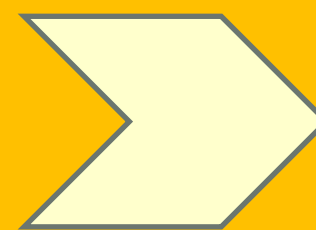


Objetivo principal

Dotar a la asignatura de Gestión de Marketing de un sistema de evaluación basado en competencias

Objetivos secundarios:

1. Identificar las competencias generales más valoradas por el mercado laboral.
2. Seleccionar actividad/es del proyecto formativo de la asignatura "Gestión de Marketing".
3. Diseñar un sistema de evaluación basado en competencias.
4. Evaluar el efecto de utilizar un sistema de rúbrica en el rendimiento y autopercepción de los estudiantes.



ACTIVIDADES



OBJETIVO	DESCRIPCION ACTIVIDADES	FECHAS
1. Identificar competencias	- Selección inicial de competencias asignatura con resultados previos. - Encuesta a profesionales de marketing (44) valorar importancia de las competencias y necesidades. - Selección final de competencias.	Oct-nov (2021)
2. Seleccionar actividad	- Recogida de información profesores (8) (proyectos/actividades/tareas, sistema de evaluación) - Selección actividad formativa para el piloto.	Nov-dic. (2021)
3. Diseñar herramienta	- Diseño rúbrica. Elaboración de los descriptores de las competencias y de las tareas/actividades asociadas.	Nov-dic (2021)
4. Evaluación del sistema implementado	- Aplicación rúbrica en el grupo experimental (61). - Cuestionarios de autopercepción competencias (grupo experimental y control) - Valoración satisfacción grupo experimental - Comparación rendimiento entre grupos.	Feb-jun (2022)

Selección de competencias. Los profesionales dicen...

LO QUE MÁS LES FALTA (prioridad)	LO QUE MÁS DEMANDAN (prioridad)	COMPETENCIA	Selecc. Final
ALTA	MEDIA	Analizar y sintetizar información	2
MEDIA	ALTA	Creatividad para encontrar nuevas ideas y soluciones	5
ALTA	MEDIA	Crítica y autocrítica	4
BAJA	ALTA	Trabajo en equipo	6
ALTA	ALTA	Preocupación por la calidad y el trabajo bien hecho	1
ALTA	ALTA	Saber gestionar eficazmente el tiempo	3

Diseño de la rúbrica (ejemplo)

Competencia Ponderación (%)	ASPECTO A EVALUAR	Nivel 1 FALTA PROGRESAR		Nivel 2 CONTROLA		Nivel 3 DESTACA
		Deficiente 0-2	Insuficiente 3-4	Medio 5-6	Bueno 7-8	Excelente 9-10
CG1 Capacidad teórica de análisis y síntesis	7 Variables PESTEL y de mercado	CONTENIDO: ESTRATEGIA DE MARKETING (35%)				
	7 Análisis de competencia	No se realiza análisis de situación o no está justificado con datos. No se aporta DAFO o no es correcta la identificación de los factores.	Se realiza un DAFO identificando los factores clave, que permiten realizar un adecuado diagnóstico de situación. Hay justificación con datos procedentes del mercado o sector, además de información de la propia empresa.	Se realiza un análisis crítico de la fase de diagnóstico. No se limita a exponer información sino que se extraen conclusiones.		
	7 Análisis de competencia	No se identifican competidores, ni se aporta información sobre ellos o no se identifica si suponen amenaza u oportunidad	Se identifica a los principales competidores aportando: productos/servicios que ofrecen, segmentos a los que se dirige e incluso canales de distribución y herramientas de comunicación utilizados.	Se enriquece el análisis de la competencia incluyendo un mapa de posicionamiento, detectando los posibles huecos en el mercado que no estén cubiertos.		

Grupo experimental

¿Cómo se autoperciben antes y después?

COMPETENCIA	febrero (n=37)	mayo (n=39)
	Media	Media
CG1 Análisis y síntesis	5,2	5,52
CG3 Creatividad	4,55	4,84
CG8 Crítica y autocrítica	5,43	5,68
CG9 Trabajo en equipo	6,06	6,29
CG20 Preocupación por la calidad y trabajo bien hecho	5,72	5,79
CG23 Saber gestionar eficazmente el tiempo	4,99	5,11

¿Cuál es su rendimiento vs su autopercepción?

COMPETENCIA	Resultado evaluación	Auto-percepción
CG1 Análisis y síntesis	8,5	7,9
CG3 Creatividad	8,8	6,9
CG8 Crítica y autocrítica	9,9	8,1
CG9 Trabajo en equipo	9,0	9,0
CG20 Preocupación por la calidad y trabajo bien hecho	8,9	8,3
CG23 Saber gestionar eficazmente el tiempo	8,1	7,3

¿Cómo valoran los estudiantes el sistema de evaluación por competencias?

Ítems	n=21
	Media
Me ha servido para estructurar el trabajo	4,24
Me ha permitido saber lo que se esperaba del trabajo	4,35
Considero que sirve para obtener un buen resultado y calificación en el trabajo	4,13
Es de gran utilidad para conocer que competencias estoy desarrollando	4,18
En general, la rúbrica me ha permitido saber qué y cómo me van a evaluar	4,65

Grupo experimental vs control

¿Al finalizar, hay diferencias en la autopercepción de los grupos?

COMPETENCIA	Grupo exp. (n=39)	Grupo control (n=46)
	Media	Media
CG1 Análisis y síntesis	5,52	5,02
CG3 Creatividad	4,84	4,62
CG8 Crítica y autocrítica	5,68	5,29
CG9 Trabajo en equipo	6,29	5,83
CG20 Preocupación por la calidad y trabajo bien hecho	5,79	5,66
CG23 Saber gestionar eficazmente el tiempo	5,11	4,72

... Y sobre el rendimiento ¿hay diferencias?

GRUPO	Proyecto Plan de marketing	
	Media	SD
Experimental	8,95	0,96
Control	7,84	1,32

CONCLUSIONES...

- 1) El sistema consigue una elevada satisfacción del estudiante.
- 2) Mejora el rendimiento del estudiante en cada competencia.
- 3) Se ofrece feedback sobre el nivel alcanzado en las competencias y no sólo por actividad realizada.
- 4) Mejora el autoconocimiento del estudiante (autopercepción vs rendimiento).
- 5) Mayor conciencia de la importancia de las competencias en el proceso formativo y futuro desarrollo profesional.
- 6) En la coordinación de asignaturas, permite homogeneizar el sistema de evaluación de los estudiantes.
- 7) Permite trabajar a los docentes sobre aquellas competencias más demandadas a nivel profesional y donde se identifican mayores deficiencias.