

Seminario Web 2.0 en Ciencias económicas

VII JORNADAS DE DOCENTES UNIVERSITARIOS DE
SISTEMAS Y TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN DE
FACULTADES DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DUTI 2012

CPN Pruvost Andrés Guillermo

cpnandres@gmail.com

Facultad de Ciencias Económicas

Universidad Nacional del Litoral

2012

Área temática del trabajo: Pedagogía

Palabras clave: web 2.0, social media, internet

Resumen

Luego de analizar el crecimiento y consolidación de las aplicaciones del tipo Web 2.0, consideramos necesario su incorporación en la currícula de futuros profesionales en ciencias económicas, a los efectos de poder medir y transferir el potencial de las mismas en las acciones de marketing de toda organización.

Este tipo de aplicaciones online generan actualmente influencia en la presencia Web, gestión de comunidades de clientes potenciales y comunicaciones con el mercado objetivo.

Mediante la modalidad de optativo, la cátedra dicta el Seminario denominado "Aplicaciones Web 2.0 en la empresa", orientado a la aplicación de herramientas del tipo 2.0 en todo tipo de organizaciones.

El trabajo sobre casos reales propuestos por cada grupo, disertación de representantes locales del sector y análisis de casos de estudio permiten visualizar el potencial de la Web 2.0 como herramienta de marketing de manera más orgánica por parte de alumnos de Ciencias Económicas.

El objetivo de esta presentación es exponer los recursos online utilizados, la estrategia metodológica implementada y la evolución de la misma en las distintas ediciones del seminario en relación a la dinámica del objeto de estudio.

Contenido

Introducción	4
Objetivos del Seminario	4
Objetivo General	6
Objetivos específicos.....	6
Evolución de contenidos	6
Modalidad de dictado y promoción.....	8
Actividades de extensión	9
Medición de resultados.....	10

Introducción

La Informática en general y a las Tecnologías de la información y comunicación (TIC) en particular constituyen disciplinas de constante actualización y renovación que requieren por parte del grupo docente una constante revisión de contenidos.

Teniendo en cuenta esta realidad, la cátedra Informática trabaja mediante distintas estrategias en la transferencia de estos cambios y novedades en el dictado, tanto de los contenidos teóricos como en el trabajo en gabinete.

La cátedra se encuentra en el segundo año del ciclo básico, esta situación genera algunos desafíos respecto a los contenidos a ser incorporados, en particular cuando los mismos refieren a su aplicación en casos prácticos de empresa y requieren conocimientos accesorios como marketing, economía, finanzas, etc.

Para cumplir con los objetivos planteados y sortear esta limitación, la cátedra utiliza la modalidad de "Asignaturas optativas" en el formato de Seminarios, los mismos son evaluados y aprobados por el Consejo Directivo de la facultad, atendiendo a las distintas áreas de interés de las carreras de Contador Público y Administración.

Esta modalidad permite seleccionar los contenidos a dictar en cada edición, como así también la cantidad de alumnos y la cantidad de materias requeridas o sugeridas para su cursado, opciones que permiten la configuración de grupos de alumnos con la posibilidad de integrar otros conocimientos en el trabajo en gabinete que resulta fundamentalmente práctico.

Objetivos del Seminario

Desde sus orígenes en el año 2004, el Seminario tuvo como objetivo principal la utilización de las nuevas aplicaciones vinculadas con la publicación de contenidos orientadas a la presencia de la empresa en Internet.

Considerando el perfil informático no técnico de alumnos de Ciencias Económicas, se trabajó en todo momento con aplicaciones del tipo WYSIWYG que no requieren conocimientos en lenguaje HTML o diseño gráfico.

A partir de del año 2006 un conjunto de nuevas aplicaciones en Internet comenzaron a cambiar la forma de utilizar y aprovechar la Red como nuevos canales de comunicación, a lo cual se conoce como Web 2.0 o Social Media.

Canales que permite generar un diálogo con los usuarios, mayor presencia en Internet, el trabajo en equipo de manera colaborativa y de manera creciente generan influencia en lo que se conoce como Social Commerce, el impacto de las recomendaciones y las redes sociales en las decisiones de compra.

Un modelo basado en una serie de características distintivas entre las que se destacan:

- Comunicación horizontal entre pares sin restricciones
- La Web como plataforma, aplicaciones accedidas desde cualquier lugar mediante un navegador y acceso a Internet, lo cual incluye planillas de cálculo, procesadores de texto y presentaciones.
- Arquitectura de participación – Inteligencia colectiva generada por el intercambio y participación de los usuarios
- Redes sociales auto controladas, los mismos usuarios aprueban y vetan los contenidos publicados
- Usuarios como co-desarrolladores de servicios online y aplicaciones Web gracias a su papel activo en la generación de contenidos en la Web.

Estas nuevas formas de utilizar la Web se destacan por la facilidad técnica que las mismas implican, todos los aspectos de instalación, configuración y mantenimiento, son invisibles para el usuario, lo cual permite a usuarios no técnicos, tener alcance y hacer uso de las mismas sin intermediarios.

Esta facilidad convierte a los usuarios en “Prosumidores”, es decir, proveedores y consumidores de información al mismo tiempo, información en formato texto, imágenes e incluso video.

Estas nuevas aplicaciones crean un nuevo entorno de trabajo, al transformar a la Web en una plataforma, el acceso a Internet facilita en este entorno el acceso a documentos, planillas de cálculo, calendarios compartidos, oficinas virtuales, archivos de edición colaborativa, herramientas de comunicación online, entre otros adelantos.

El crecimiento de los accesos de Banda Ancha auguran una consolidación de este tipo de aplicaciones, aplicaciones que brindan grandes beneficios para el trabajo descentralizado y grupos de trabajo, independientemente de su localización geográfica.

Estos cambios permitieron a la cátedra ampliar considerablemente las opciones y contenidos desarrollados y su transferencia a situaciones de la pequeña y mediana empresa.

En relación a las competencias a desarrollar, se establecen los siguientes objetivos:

- Objetivo General

Exponer las posibilidades que ofrecen las aplicaciones Web 2.0 como alternativa para la creación de presencia Web para empresas y profesionales, crear canales de comunicación con el mercado y opciones para el trabajo en equipo de manera colaborativa.

- Objetivos específicos

Al finalizar el Seminario el alumno estará en condiciones de:

- Crear espacios de publicación de contenidos online
- Utilizar aplicaciones Webware, como planillas de cálculo y procesadores de texto online
- Utilizar herramientas de creación de contenidos en forma colaborativa
- Comprender el potencial de las aplicaciones para las pequeñas y medianas empresas
- Utilizar herramientas de medición de la presencia Web del proyecto

Evolución de contenidos

Como mencionáramos anteriormente, la modalidad de asignatura optativa, goza de gran flexibilidad para la incorporación de contenidos y modalidad de dictado en su planificación.

Esta característica del Seminario permitió modificar el temario del curso en forma paralela a la evolución de las aplicaciones que surgían bajo la modalidad de Web 2.0, esta evolución fue definiendo además la denominación del seminario para adecuarlo a sus contenidos y permitir al alumnado una correcta selección de la optativa.

Desde su origen en 2004, la evolución del seminario puede sintetizarse en el siguiente cuadro:

Denominación	Edición	Contenidos generales
Informática Aplicada en la Empresa	2004	Diseño de sitio Web
	2005	Presencia en Internet
	2006	Tablas dinámicas Funciones financieras Escenarios
Gestión y Publicación de Información en Internet	2007	Diseño de Blogs
	2008	Trabajo colaborativo Wikis
	2009	Catálogos de imágenes online Planilla de cálculo online
Gestión y Publicación de Información en Internet	2010	Diseño de Blogs Catálogos de imágenes Uso de video online Gestión de datos mediante aplicaciones Webware
Aplicaciones Web 2.0 en la empresa	2011	Diseño de Blogs Catálogos de imágenes Uso de video online Gestión de datos mediante aplicaciones Webware Redes sociales en la empresa Twitter, Facebook, LinkedIn Análítica Web con Google Analytics

Paralelamente a la denominación y contenidos del seminario, se fueron adaptando los materiales y demás objetos de aprendizaje utilizados en el dictado.

Modalidad de dictado y promoción

Desde su origen y hasta la edición 2010 inclusive, teniendo en cuenta el perfil informático del alumno, se desarrollaron como material de apoyo audiovisual un CD con animaciones en formato Flash como videos tutoriales para la creación del sitio web, blogs, Wikis, uso de Flickr.com como catálogo de imágenes y creación de planillas de cálculo online mediante el sitio Zoho.com.

Teniendo en cuenta el volumen y calidad de los contenidos existentes actualmente en Internet respecto a la temática Web 2.0 o Social Media, en la edición 2011 se modificó la estrategia pedagógica utilizada en el dictado.

Los encuentros presenciales fueron ahora utilizados para la presentación de la guía de estudios de cada unidad del curso, definición de los objetivos, detalles y ejemplos de la aplicación a utilizar y planteo de las consignas. El trabajo práctico es realizado por cada grupo de alumnos en forma auto asistida mediante el material referenciado por el docente a cargo.

Para concentrar las comunicaciones y realizar el seguimiento se utiliza una plataforma Moodle, el seminario cuenta además con su propio Blog de contenidos, canal de Facebook y cuenta de Twitter en la cual se canalizan las consultas de los alumnos.

Para la evaluación de alumnos se planifican 3 prácticos grupales y 2 prácticos individuales, la aprobación de los mismos permite regularizar el seminario y acceder al examen final de opción múltiple.

Actividades de extensión

La utilidad de este tipo de aplicaciones para la promoción de productos y servicios de todo tipo de empresa, sin importar rubro o tamaño de la misma, ha permitido a la cátedra realizar tareas de extensión de los contenidos del seminario al medio local.

Entre las actividades desarrolladas vinculadas a la Web 2.0 y aplicaciones Social media, contenido del seminario se pueden mencionar las siguientes:

- Proyecto de extensión de cátedra, proyecto evaluado y aprobado por la Secretaría de Extensión de la Universidad Nacional del Litoral mediante resolución del Honorable Consejo Superior N° 442/08 Expte. 521.154.

El proyecto denominado "Explotación de Internet 2.0 como herramienta de promoción de emprendimientos productivos", trabajo con emprendedores en situación de vulnerabilidad social, interesadas fortalecer vínculos comerciales y comunicacionales de su unidad productiva mediante la utilización de herramientas brindadas por internet y relacionados con la Comuna de Monte Vera y la Asociación Civil Raíces de Mi Pueblo en Angel Gallardo, localidad ubicada en el área semi rural a 30km de la capital de Santa Fe. Edición 2009

- Curso denominado "Comercio Electrónico 2.0" destinado a emprendedores y pequeños comerciantes, proyecto organizado y administrado por la Secretaría de la Producción de la Municipalidad de la Ciudad de Santa Fe, el curso esta orientado a la generación de presencia activa en Internet de los micro emprendimientos de los asistentes al curso. Edición 2009 a 2011
- Cursos de Extensión a distancia, organizado por la Secretaría de Extensión de la Universidad Nacional de Litoral, desarrollado en el marco del Programa de Educación a Distancia de la UNL Virtual, aprobado por Resolución del HCS N° 304/09. Edición 2010
- Publicación del libro, Pruvost A. (2011): "Aplicaciones Web 2.0, guía introductoria", Ediciones UNL, Eduprint S.A, CABA. Material desarrollado para ser utilizado como material de lectura y promoción de los contenidos del seminario.

Medición de resultados

Como actividad de auto evaluación del Seminario, la cátedra realiza al final el cursado una encuesta de satisfacción con los alumnos de cada edición.

Siguiendo la política de "Paper Less" (sin papeles) del seminario, la encuesta se realiza utilizando los servicios de E-encuesta, a continuación se detallan los ítems relevados y los resultados obtenidos en la edición 2011:

Opinión general del seminario y su inserción en Ciencias Económicas

		Porcentaje	Respuestas totales
Interesantes		67,57%	25
De utilidad para mi carrera		62,16%	23
Me hacen ver otros puntos de vista		32,43%	12
Complicados técnicamente		2,7%	1
Ninguno de los anteriores		0%	0
Total Respondentes			37
Filtros aplicados			0

Valoración del seminario como asignatura optativa

	1	2	3	4	5	N/A	Media Aritmética
El Seminario ha aumentado mi interés en las nuevas tecnologías. -	0% (0)	2,7% (1)	18,92% (7)	24,32% (9)	54,05% (20)	0% (0)	4,3
Mi conocimiento sobre informática ha mejorado con el Seminario. -	0% (0)	0% (0)	13,51% (5)	32,43% (12)	54,05% (20)	0% (0)	4,41
La asignatura ha cubierto mis expectativas. -	0% (0)	0% (0)	0% (0)	24,32% (9)	75,68% (28)	0% (0)	4,76
La asignatura ha ayudado a completar mi formación. -	2,7% (1)	2,7% (1)	16,22% (6)	37,84% (14)	40,54% (15)	0% (0)	4,11
Recomendaría a otros compañeros cursar el Seminario. -	0% (0)	0% (0)	0% (0)	2,78% (1)	97,22% (35)	0% (0)	4,97
Total Respondentes							37
Filtros aplicados							0

Valoración de los contenidos del seminario

	1	2	3	4	5	N/A	Media Aritmética
El material de lectura es adecuado.	0% (0)	0% (0)	8,11% (3)	35,14% (13)	56,76% (21)	0% (0)	4,49
Dispongo de material online de estudio.	0% (0)	2,7% (1)	8,11% (3)	37,84% (14)	48,65% (18)	2,7% (1)	4,36
Resulta sencillo abordar las aplicaciones propuestas.	0% (0)	0% (0)	2,7% (1)	29,73% (11)	67,57% (25)	0% (0)	4,65
La metodología de trabajo sobre un caso me parece adecuada.	0% (0)	0% (0)	5,41% (2)	18,92% (7)	75,68% (28)	0% (0)	4,7
Total Respondentes							37
Filtros aplicados							0

Evaluación de las competencias del docente a cargo de la asignatura optativa

	1	2	3	4	5	N/A	Media Aritmética
El docente demuestra conocimiento en los contenidos. -	0% (0)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	100% (37)	0% (0)	5
El docente promueve la participación en clase. -	0% (0)	0% (0)	5,41% (2)	35,14% (13)	59,46% (22)	0% (0)	4,54
El docente resuelve las dudas planteadas con claridad. -	0% (0)	0% (0)	0% (0)	5,41% (2)	94,59% (35)	0% (0)	4,95
El docente utiliza ejemplos útiles para explicar los contenidos. -	0% (0)	0% (0)	0% (0)	18,92% (7)	81,08% (30)	0% (0)	4,81
El docente se comunica de una forma clara y fácil de entender. -	0% (0)	0% (0)	0% (0)	8,11% (3)	91,89% (34)	0% (0)	4,92
Total Respondentes							37
Filtros aplicados							0

Conclusiones

Como toda herramienta informática aplicada a la empresa, su verdadero valor agregado reside en su correcta integración a la organización, consideramos esta realidad como uno de los pilares del seminario.

Pilar en el cual enfocamos nuestro esfuerzo orientando la planificación del seminario a desarrollar las competencias necesarias para la correcta transferencia de las aplicaciones Web 2.0 en los distintos áreas de la empresa.

La continua evolución de este tipo de aplicaciones, obliga a una evaluación constante del material de estudio para mantener el mismo actualizado y ajustado al perfil no técnico de los alumnos de Ciencias Económicas.

Consideramos los resultados logrados hasta el momento como muy satisfactorios, tanto en el grado de participación de los grupos durante el cursado, como también la calidad de las producciones logradas por los alumnos en el uso de las aplicaciones Web 2.0 desarrolladas.

Fieles reflejo de la "Generación Y" es claramente observable, en cada edición del seminario, el crecimiento en el uso personal de aplicaciones Social Media por parte del alumnado, lo cual redundo en una mayor comprensión de las mismas, situación que ha permitido a la cátedra correr en forma evolutiva los límites respecto a los alcances de las actividades prácticas propuestas.

Para la próxima edición 2012 consideramos oportuno intensificar el trabajo en grupo, la transferencia de contenidos a casos reales, la coordinación de tareas colaborativas mediante aplicaciones Web 2.0 y la incorporación más intensiva de operaciones de comercio electrónico utilizando aplicaciones social media.