

TAREAS DOCENTES FUNDAMENTADAS EN LA CONCEPCIÓN PSICODIDÁCTICA ESTIMULANDO EL DESARROLLO DE LA CREATIVIDAD EN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TAREAS DOCENTES Y DESARROLLO DE LA CREATIVIDAD EN LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

AUTORA: Vicenta Rocío Piguave Pérez¹

DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: E-mail: rocio.piguave@uleam.edu.ec

Fecha de recepción: 2014-09-04

Fecha de aprobación: 2015-03-02

RESUMEN

El presente artículo tiene como objetivo presentar un conjunto de tareas docentes desde el proceso de enseñanza aprendizaje, fundamentadas en la concepción psicodidáctica, para que los docentes estimulen el desarrollo de la creatividad de los estudiantes universitarios, considerando la dirección científica por parte del profesor de la actividad cognoscitiva, práctica y valorativa de los alumnos, que existan procesos de socialización y comunicación, que se convierta en protagonista de la enseñanza que oriente, facilite y exija el trabajo de aprender, precedida por la motivación, contribuyendo al estudiante a descubrir, investigar y realizar un autoaprendizaje, hacia un pensamiento reflexivo, creativo de los modos de pensar y actuar, paralelamente con la agregación de valores y virtudes. Se propone una educación de calidad en la búsqueda de la excelencia, que responda a las demandas y necesidades de la sociedad actual, por lo que es primordial que los docentes universitarios provoquen la creatividad de los alumnos y que permite una comprensión más integral de esta temática a partir de la unidad de lo cognitivo, afectivo, motivaciones, sentimientos y de factores del contexto para formar profesionales universitarios que se enfrenten a los cambios y exigencias que actualmente las economías, la sociedad y las empresas esperan para resolver los problemas, que se manifieste en un crecimiento personal y profesional.

PALABRAS CLAVE: Creatividad; tareas docentes; concepción psicodidáctica; calidad educativa.

TEACHING TASKS BASED ON THE PSYCHODIDACTIC CONCEPTION STIMULATING THE CREATIVITY DEVELOPMENT ON STUDENTS OF THE COMMERCIAL ENGINEERING CAREER

¹ Ingeniera comercial. Magíster en Gerencia de Proyectos Educativos y Sociales. Alumna del Doctorado en Ciencias Pedagógicas de la Universidad Oscar Lucero Moya de Cuba. Profesora Titular de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Tutora de maestría en la Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil.

ABSTRACT

This article aims to present a set of educational tasks from the teaching-learning process, based on the psych didactic conception, for teachers to encourage the development of creativity of college students, considering the scientific direction by the teacher of the cognitive, practical and evaluative activity of students, that exist processes of socialization and communication, that becomes protagonist of teaching to guide, facilitate and requires work to be learned, preceded by motivation, helping students discover, investigate and conduct a self-study, toward a creative reflective thinking of ways of thinking and acting parallel with aggregation of values and virtues. Quality education is proposed in the search of excellence that responds to the demands and needs of today's society, therefore it is essential that university teachers provoke the students' creativity and enable a more comprehensive understanding of this subject from the unity of the cognitive, affective, motivations, feelings and context factors to form university graduates who face the changes and demands that today's economy, society and businesses expect, to solve the problems that are manifested in personal and professional growth.

KEYWORDS: Creativity; teaching tasks; psych didactic conception; educational quality.

INTRODUCCIÓN

"La educación superior es condición indispensable para el buen vivir, principalmente, para la expansión de capacidades, libertades y desarrollo de potencialidades, en el marco de una convivencia armónica de la naturaleza". (Senplades, 2009, p.12). Por lo que es necesario realizar acciones que contribuyan al incremento de la creatividad en la educación superior proporcionando a los docentes información para que la propicie, suministrando herramientas que nutran y modifiquen en caso necesario su estilo de enseñanza, en beneficio de una educación de calidad.

Siendo fundamental el desarrollo de la creatividad considerada por Caballero (2012, p.117), como "ciencia del futuro, que expresa un nivel cualitativamente superior en las relaciones del individuo con su medio y como una potencialidad humana para dar solución a los múltiples problemas que plantea la sociedad contemporánea"

El objetivo es presentar un conjunto de tareas docentes que fueron aplicadas para el desarrollo de la creatividad en los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial, fundamentado en la concepción psicodidáctica, considerando los hábitos, creencias, destrezas de los alumnos y las características del entorno social. En cada tarea dirigida debe manifestarse originalidad e inventiva en el trabajo, desarrollar, implementar y comunicar nuevas ideas, tener apertura y responder a perspectivas nuevas y diversas, y

actuar con ideas creativas para realizar una contribución tangible y útil en el campo que se desempeñe, ya que en la dinámica de los procesos de enseñanza aprendizaje es donde se practica, se evidencia, enaltece, interioriza y fortalece, por lo que no es suficiente instalar estructuras físicas, se requieren espacios que proporcionen descubrir las potencialidades personalógicas donde el maestro las conozca e identifique formando un profesional con calidad que promueva el desarrollo del país.

DESARROLLO

Considerando que la verdadera revolución educacional es desencadenar la creatividad de los jóvenes mediante procesos innovadores, como lo afirma Chibás, Borroto, De Almeida (2014), su finalidad principal es la de promoverla en todos los participantes en el proceso educativo tanto alumnos, profesores, gestores, padres, comunidad y la de facilitar, a través de indicadores operacionales, la visualización e implementación de una gestión educativa más actual y flexible. Es necesario insertarla en los procesos educativos como de vital importancia, haciendo posible sembrar y cosechar los frutos en las diferentes áreas disciplinarias.

Es necesario formar Ingenieros Comerciales que permitan aumentar la calidad de los servicios y productos, así como la constante satisfacción del cliente, debido a que en el mundo empresarial se producen continuamente cambios importantes en las estrategias, los procesos, las gestiones, tendencias, en el comportamiento de los consumidores, entre otros, sin embargo, el éxito de toda empresa depende de su manera de afrontar los cambios, por eso es absolutamente ineludible conocerlos: ¿Cómo piensan los clientes y consumidores? ¿Qué esperan de nuestra empresa? ¿Qué productos o servicios necesitan y están dispuestos a comprar? ¿Cómo posicionarse? ¿Cómo ser competitivos?

Desde el ámbito de las políticas públicas -sector gubernamental-, como de los proyectos y programas impulsados desde el sector privado y del sistema de educación superior, el fomento de la creatividad e innovación se debe ver como parte fundamental de la cultura organizacional que viven todos quienes integran el tejido productivo ecuatoriano". (Araque, 2012)

Asumiendo lo que expresa Garello y Rinaudo (2012), los estudiantes reciben influencias de una diversidad de conocimientos y creencias sean motivacionales, conocimientos del estudiante acerca de sí mismo, creencias epistemológicas, conocimiento del dominio de tareas, estrategias; así como influencias del contexto en los aspectos interactivos y sociales, siendo inevitable que el proceso de aprendizaje no consista en que los alumnos asimilen conocimientos acerca de los fenómenos, los objetos y los procesos de la realidad, sino a la adquisición de experiencias frente a situaciones en que se desenvuelven.

Por tal motivo, la utilización de estrategias en las aulas universitarias, son ahora un reto para que el estudiante tenga una motivación, logrando construir su propio conocimiento y además de conseguir un pensamiento más creativo en el ámbito profesional, porque para asimilar este nuevo paradigma o modelo económico y social en constante evolución es necesario que nuestras sociedades se preparen y se encuentren capacitadas para adaptarse a los cambios y ser protagonistas de ellos, como lo expresa Lefcovich (2005) es en este nuevo contexto donde en un mundo donde todo tiende a imitarse rápidamente, los creativos, generadores de innovación en materia de procesos, productos y servicios, serán los que saquen ventajas.

LA CREATIVIDAD COMO CONCEPCIÓN PSICODIDÁCTICA

Existen diferentes definiciones sobre la creatividad, unos la relacionan con el pensamiento creativo, cualquier acto idea o producto que cambia un campo ya existente, procesos cognitivos, proceso mental complejo, desarrollo de las inteligencias, proceso que compromete el comportamiento psicológico de un sujeto y su correlación con el mundo, capacidad para generar algo nuevo, proceso metacognitivo de autorregulación, solución creativa de problemas, entre otros axiomas, en los últimos años se le estudia desde una concepción personológica y psicodidáctica, con la inclusión no solo de contenidos cognitivos, sino también sentimientos y motivaciones.

Es necesario destacar el predominio del enfoque cognitivista en muchas investigaciones al considerar a la creatividad como un fenómeno solamente cognoscitivo, desvinculado del componente afectivo y de la personalidad de los sujetos creadores, siendo necesario señalar que Rubinstein (1965) pionero en el aporte de la concepción personológica, al afirmar que todos los procesos, propiedades y estados psíquicos sólo pueden ser analizados en el contexto de la personalidad; todos los fenómenos psíquicos pertenecen a un individuo concreto, están determinados por su ser social e individual, asumiendo la comprensión de la personalidad como una formación íntegra que posee diversos niveles, donde los superiores regulan el comportamiento y la actividad del sujeto.

Dado el desarrollo actual de la ciencia psicológica, el problema científico principal en este campo no se reduce a explorar los elementos concomitantes a la creatividad o a describir cuáles son las características que resultan propias en las personas creadoras como lo afirma Mitjás (1995), la creatividad es el proceso de descubrimiento o producción de algo nuevo que cumple exigencias de una determinada situación social, que ha permitido una comprensión más integral de la creatividad a partir de la unidad de lo cognitivo y afectivo, en el cual es importante explicar por qué la persona crea, revelar cuáles son los reguladores psicológicos que le permiten hacerlo mediante un paradigma teórico y metodológico consecuente.

Desde el punto de vista histórico la concepción personalógica comienza a influir en la didáctica por el impacto de la psicología humanista en la educación, como por la búsqueda de mayor soporte psicológico de la pedagogía para obtener un estudio más científico e integral de dicho fenómeno, pero se hace necesario profundizar más en cómo lograrlo desde el proceso de enseñanza aprendizaje, a partir de una integración de los conocimientos psicológicos y didácticos.

La psicodidáctica constituye la síntesis interdisciplinaria de la confluencia entre la psicología y la didáctica en la concepción sobre el proceso de enseñanza aprendizaje, ya que, como plantea García (2004), ellas comparten su objeto dentro de dicho proceso, como un espacio común que tiene sus matices de acuerdo con las concepciones que se asuman, aunque las cercanas relaciones no presuponen la identificación. Este enfoque interdisciplinario reconoce un conocimiento más integral del objeto de estudio, provoca la aparición de pensamientos teóricos y metodológicos en la solución de los problemas científicos.

La psicodidáctica, como concepción interdisciplinaria, posee principios que trascienden en su contenido, proyección teórica y metodológica y se relacionan desde una óptica deductiva, permitiendo establecer la dirección de proceso de enseñanza-aprendizaje en el aula, así como proveen de vías particulares para que los profesores obtengan los resultados esperados en su labor docente. Siendo indispensable que al identificar al alumno creativo se tengan en cuenta todas sus características personales en las que se incorpora la creatividad como cualidad en vínculos esenciales y hasta contradictorios con otros fenómenos y procesos subjetivos, como lo plantea Zilberstein (2006).

TAREAS DOCENTES Y DESARROLLO CREATIVO

Las posiciones teóricas sobre las tareas docentes son variadas en dependencia de los autores que las han investigado, incluso con diferentes denominaciones, tales como, tarea típica, tarea cognoscitiva, tarea didáctica, tarea intelectual, tarea de aprendizaje, tarea académica, tarea integradora, entre otras, pero todos reconocen su importancia dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje.

La tarea docente es considerada como una alternativa psicodidáctica válida por su relevancia dentro del proceso docente para estimular la creatividad en los alumnos. Su fundamento psicológico radica en la contradicción interna que provoca en el educando entre lo que él sabe y sabe hacer y lo que le exige el problema abordado en la tarea, que es imposible solucionar con lo ya conocido, promoviendo la reflexión, la polémica, el debate, el intercambio de ideas y la socialización de las posibles respuestas.

Las tareas docentes son definidas como aquel componente integrador del proceso de enseñanza-aprendizaje con diferentes niveles de complejidad, en

que el estudiante identifica y busca la posible solución a problemas de su esfera de actuación profesional, la cual puede ser modelada a través de situaciones pedagógicas desde el componente académico, pero que implican directamente lo profesional y lo investigativo (Mariño, 1999).

Se destaca el valor metodológico de las tareas docentes para su aplicación práctica Ortiz y Mariño (2012).

- El proceso de enseñanza-aprendizaje debe desarrollarse, fundamentalmente, a través de tareas hasta alcanzar los objetivos.
- En la actividad y productividad del estudiante influyen las tareas que él debe desarrollar.
- El objetivo debe expresarse de un modo constructivo en términos de tareas, ya que se concreta mediante la acción.
- La concepción más adecuada de las tareas debe partir primariamente de los conocimientos, de las habilidades y de las competencias a lograr.
- El análisis completo de la tarea permite considerarla en la etapa orientadora, ejecutora y de control del proceso enseñanza-aprendizaje.
- Las tareas también poseen potencialidades educativas en el proceso enseñanza-aprendizaje.
- El cumplimiento exitoso de la tarea significa la solución de un problema y el logro del objetivo, que implica la formación de la potencialidad en el estudiante para desarrollar otras tareas del mismo orden o de mayor complejidad.

METODOLOGÍA

Las tareas docentes elaboradas tienen el objetivo de favorecer el desarrollo de la creatividad en los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial, a través de los contenidos de la programación microcurricular, en cuatro etapas metodológicas: de diagnóstico y proyección general, de planificación y organización, orientación y motivación y la etapa de sistematización y orientación pedagógica, que son útiles en la realización de tareas docentes hacia la búsqueda de lo novedoso, de lo inusual, con un componente vivencial intenso (cognitivo-afectivo), que posibilite el cambio y que sea representativa, la creatividad es aquí pensamiento y sentimiento, valorada por los resultados que expresaron los alumnos al ser creativos en las diversas etapas propuestas.

Etapa I: Diagnóstico y proyección general

En el transcurso de esta etapa se tuvo como objetivo mejorar la comunicación con los estudiantes, donde el docente conoce, comprende y ayuda al estudiante, quien realiza esfuerzos de acuerdo con sus propios recursos y experiencias en su afán de lograr sus metas, valora sus trabajos y experiencias como un medio de obtención de conocimientos y desarrollo de motivaciones profesionales, necesidades o problemas de su contexto. Dentro de este proceso de diagnóstico se realizó la entrevista y el análisis de documentos para conocer su proyección académica y estudiantil.

Este indicador contribuye a que el docente analice los factores que inciden en el desempeño académico, conozca a los estudiantes en sus características personales, socio económicas y culturales; cuáles son las etapas críticas y cómo se le podrían dar niveles de ayudar, identificar sus motivaciones y aspiraciones, tanto personales como profesionales, su contexto laboral y familiar, así como otros factores para identificar sus potencialidades y limitaciones.

Etapa II: Planificación – Organización

Inicialmente se realizó una clasificación, con la participación de los estudiantes, con el objetivo de seleccionar las tareas docentes más importantes para el desarrollo de la asignatura de Análisis de, permitiendo a los alumnos ubicarse en el contexto del aprendizaje pertinente, para que él planifique y examine sus propias realizaciones, pudiendo identificar aciertos y dificultades y logre el aprendizaje oportuno para cada situación, valore los logros obtenidos y corrija sus errores, basándose en el momento de aplicación y presentación. De las tareas docentes propuestas prefirieron: rueda de conocimientos, sociodrama, debates de conocimientos, proyectos, investigaciones de campo, videos y exposiciones de proyectos emprendedores ante autoridades académicas.

En esta etapa, con el objetivo de estructurar y organizar la información que los estudiantes deben estudiar y presentar, se elaboró un cronograma de actividades académicas con las tareas y fechas de entrega y así tener una idea general del proceso de elaboración en términos de tiempo, por cuanto la cátedra se desarrolla en tres horas académicas semanales, además, se orientaron los aspectos técnicos y científicos de los problemas propuestos y socializados con los estudiantes. Esta etapa permitió una retroalimentación importante de las tareas y discusiones previstas para el progreso general de los estudiantes. Se empleó la clase práctica con el objetivo de aplicar los conocimientos y las experiencias que tienen los alumnos, donde se reflejan las ideas esenciales en forma esquemática y sintética y sus correspondientes relaciones, además, se utilizaron otros medios: gráficos, animaciones, videos, fotos y música sobre la disciplina, en correspondencia con las competencias planteadas en la programación académica.

Etapa III: Orientación y motivación.

Fue necesaria para interesar a los alumnos que no poseen informaciones o conocimientos previos sobre los temas, lo cual estimula la creación de nuevos productos o servicios para la economía local, así como el alto grado de responsabilidad que se requiere a fin de cumplir con los objetivos trazados.

Etapa IV: Orientación pedagógica y sistematización

Debido a que se evidencia insuficiente dominio de ciertos contenidos académicos, se socializó la guía de contenidos, con el objetivo de orientar y comprometer a los estudiantes en la construcción y desarrollo de su proyecto, lo cual permitió que la planificación esté más próxima a sus características, necesidades y requerimientos académicos de la materia, es una orientación precisa para los proyectos de emprendimiento como medio didáctico valioso que complementa y dinamiza el texto básico con la utilización de estrategias creativas, tales como tablas, casos prácticos o modelos, aspectos de presentación de los trabajos de investigación y referencias bibliográficas para ofrecer al estudiante diversas posibilidades que mejoren la comprensión y el autoaprendizaje, el desarrollo de las habilidades necesarias en la investigación y la comunicación de los resultados obtenidos, uno de los objetivos de la formación académica.

Etapa V: Comprobación y retroalimentación.

Su cumplimiento aporta las evidencias del desempeño, caracterizada por el desempeño de los estudiantes como investigadores de campo, ya que permite aplicar los conocimientos aprendidos en la asignatura Investigación de Mercados.

LAS TAREAS DOCENTES APLICADAS

Las tareas docentes propuestas contienen elementos teóricos que le sirven de herramientas metodológicas a los profesores para la orientación, el control y la evaluación y de forma flexible y creadora posibilite elevar la calidad del aprendizaje en la clase.

Las tareas docentes asignadas a los estudiantes los motivan a la búsqueda de información por diferentes vías, para el logro de una mayor independencia cognoscitiva, creatividad y estimula una mayor relación interdisciplinaria. Permite integrar la actividad académica e investigativa, adquiere conocimientos y habilidades que son básicas para apropiarse del modo de actuación profesional.

Las tareas docentes aplicadas poseen una lógica deductiva y con una complejidad creciente porque a medida que avanzan en su ejecución exigen más de los alumnos, en cuanto a sus conocimientos, habilidades,

competencias y creatividad. Fueron aplicadas a los estudiantes en el período 2013-2014 de acuerdo con la programación académica en ese período.

Tarea A: Inversión empresarial

Los alumnos realizaron una representación de roles gerenciales, medios y operativos y toma de decisiones mediante la información del mercado. Se desarrolló la tarea en tres tareas siguientes:

Tarea A.1: Rueda de conocimientos sobre la investigación de mercados

Con el objetivo de reflexionar sobre los conocimientos recibidos acerca de su importancia, beneficios y alcance la investigación de mercados para la toma de decisiones oportunas, cada alumno desarrolla un tema específico que es analizado en la rueda de conocimientos. Los temas son: concepciones, beneficios de análisis de mercados, la demanda, la oferta y precios, ámbito de aplicación y la toma de decisiones mediante la investigación, los cuales fueron expuestos mediante apoyo de directrices o preguntas claves para llegar conclusiones colectivas.

Tarea A.2: Lluvia de ideas y debate

Con el objetivo de identificar en el mercado local las empresas que necesitan renovar o mejorar sus productos o servicios, cada alumno propone aquellos sectores en la economía que deben mejorarlos. Posteriormente, se prepararon de forma individual, mediante el análisis de fortalezas y debilidades, con la finalidad de escoger el tema del debate en el sociodrama de inversión empresarial. Los sectores que fueron objeto de debate fueron el sector pesquero, el diagnóstico de los medios de transporte interprovincial, la situación de las imprentas gráficas debido a la presencia de la tecnología, el sector de las industrias de ropa y calzado ante las medidas de restricción de importación y apoyo a su crecimiento en el país y el análisis de las panaderías como medio de alimentación de la ciudadanía y sus componentes nutricionales.

Tarea A.3: Sociodrama Inversión empresarial

El objetivo fue ejercitar la toma de decisiones sobre inversiones en mercados competitivos mediante la metodología, en la que el alumno, basado en su cargo o rol, se prepara para la presentación ante el inversionista, apoyándose en la información obtenida de la investigación de mercados para que tome la decisión de implementar una nueva empresa de transportes de servicios que necesita la ciudad de Manta, de acuerdo a los argumentos de cada alumno. Posteriormente, el inversionista decide si invierte o no en este sector de acuerdo con cada intervención. Los roles que fueron representados: gerencia general de la nueva empresa, el inversionista, la gerencia de investigación de mercados, el mercado competidor y un usuario de transporte interprovincial.

Se analiza la nueva empresa de medios de transporte para la ciudad de Manta y otra empresa con gran posicionamiento en el medio, se presentaron informes a fin de decidir la inversión, apoyados con documentos, con información e iniciativas para la discusión y debate durante una hora.

Los aspectos desarrollados fueron:

- Rol de la empresa de acuerdo con su perfil, fortalezas o conocimientos más sólidos.
- Entorno competitivo de las empresas dedicadas a la transportación.
- Fortalezas y debilidades internas de las empresas de transportación.
- Discusión del medio externo en que se desenvuelven estas empresas.
- Los conflictos internos de acuerdo con el rol de la empresa.
- Toma de decisiones basados en estrategias de captación y posicionamiento de una nueva empresa de transportación
- Plan de mercados basado en estudios y fuerzas competitivas.
- Toma de decisión sobre la inversión.

Entre los aspectos negativos es preciso indicar que ciertos alumnos se resisten en hacer representaciones por miedo escénico, por lo que fue necesario brindarles una atención diferenciada. En otros casos los argumentos aportados para defender sus criterios fueron insuficientes para convencer que puedan transformar una situación conflictiva. Es conveniente detectar previamente la existencia de prejuicios o relaciones interpersonales inadecuadas entre alumnos.

Tarea B: Emprendedores de Manta

Se desarrolló mediante dos tareas siguientes.

Tarea B.1: Conocer el mercado mediante la investigación de campo por segmentos, con el objetivo de evaluarlo en la ciudad de Manta e identificar los tipos de negocios. Cada alumno escoge un sector de la ciudad, ya sea por donde vive, laboran o donde consideren más conveniente y analizan los tipos de negocios existentes. Los sectores que seleccionados fueron: Parroquia Los Esteros, Sector Villa Marina, Avenida Flavio Reyes, Cantón Jipijapa y el sector Vía Aeropuerto Manta.

Actividades que desarrolladas por los alumnos:

- Visitaron los negocios que predominan o existen en ese barrio, ciudadela o zona.
- Estudiaron precios, ofertas, descuentos y publicidad.
- Valoraron los tipos y características de negocios.

- Identificaron fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de estos negocios.

Tarea B.2: La utilización del video Emprendedores de Manta, tuvo el objetivo de presentar los resultados sobre la base de las investigaciones realizadas por ellos a fin de tener una idea del proyecto de vida empresarial. Se orientó mediante el trabajo independiente y derivado de la tarea docente correspondiente. Se constató que no hubo una planificación adecuada del tiempo de entrega para estos trabajos, por lo que fue necesario asignar más horas de investigación de campo, debido a la complejidad del mercado por la diversidad de negocios y porque los alumnos son de diversos cantones de la Provincia de Manabí.

Los alumnos presentaron como resultados una cancha de mini golf para la Parroquia Los Esteros por no contar con este servicio, un minimercado en el sector Villamarina, ya que en esta zona existen muy pocas tiendas con víveres de primera necesidad y hay una población considerable. Plantearon una empacadora de semielaborados de pescado picado para el ahorro del tiempo por la demanda, así como una industria chocolatera en el cantón Jipijapa, al no contar con este tipo de empresa y un panadería y cafetería integrales que minimice el impacto negativo hacia la salud de los productos con altos contenidos de azúcares, grasas u otros que atentan contra la salud de la población.

La Tarea C: Proyecto de vida empresarial

Tiene el objetivo de lograr mayor responsabilidad en los estudiantes con su propio aprendizaje mediante la elaboración de proyectos reales, cuyos contenidos obedecen a la planificación de la asignatura: proceso sistemático de investigación, población objeto de estudio, muestreo, segmentaciones, fuentes y medios de investigación. Se aplicó mediante dos tareas sucesivas.

Tarea C.1: Proceso sistemático de la investigación de mercados

El objetivo fue recopilar y procesar la información del mercado, los riesgos y la confianza de la inversión económica. Se estructura el proceso sistemático con la finalidad de recabar los datos sobre el proyecto que se requiere implementar, evaluando gustos, preferencias, costumbres, motivaciones y necesidades, entre otros.

Los alumnos realizan el diseño del proceso sistemático, posteriormente mediante la investigación de campo, recolectaron las informaciones necesarias, después, mediante un programa específico de riesgos y confianza, se procesan los datos principales, así como se analizan los recursos necesarios para su viabilidad. Entre los aspectos negativos en este proceso se pueden subrayar la falta de recursos económicos de algunos alumnos para procesar datos desde su propia computadora, lo cual fue un impedimento para el normal desarrollo del taller debido a que las aulas aún

no están equipadas debidamente. También la poca destreza en el uso y aplicación del programa Excel impidió que finalizaran esta tarea a tiempo, hubo que posponer su entrega y cambiar la planificación prevista, según lo establecido por la Unidad Académica.

Tarea C.2: Diseño y elaboración del proyecto.

El objetivo fue que los alumnos aplicaran los conocimientos relacionados con la elaboración de informes y proponer soluciones empresariales, mediante el uso de la información de la investigación de mercados. Ellos estructuraron la información y argumentaron el proyecto de vida empresarial con el apoyo de aspectos técnicos, administrativos y financieros.

Los alumnos asumen una posición crítica frente a las teorías de la ciencia y la tecnología en situaciones reales, con la finalidad de mejorar los procesos y los productos. Los proyectos fueron desarrollados mediante los siguientes pasos: planteamiento de la necesidad o problema, justificación, objetivo general y específicos, diseño metodológico, población y muestra, técnicas aplicadas, recolección de información, procesamiento y análisis de los datos, la demanda selectiva y calificada, proyección de la demanda, oferta, precios, proceso del servicio o producto, estudio de proveedores, aspectos legales, aspectos ambientales, inversiones requeridas, promoción y estrategias de captación de mercados.

Tarea D Evaluación y participación de conocimientos.

Se desarrolla el taller difusión y participación de conocimientos con el objetivo de exponer los resultados y aportar soluciones, mediante la presentación y defensa de los proyectos en los que transmiten los conocimientos a través de una conferencia en la que participan docentes, estudiantes y autoridades de la Facultad.

Los alumnos exponen sus proyectos de vida empresarial con el logro del compromiso institucional y la participación de la comunidad. Durante el desarrollo de la exposición dos alumnos tuvieron limitada su participación con conceptos y argumentos poco fundamentados y poca fluidez en la presentación de situaciones reales positivas en su trabajo de campo, por lo que los evaluadores manifestaron su desconcierto.

Pasos que fueron realizados:

- Organización de la conferencia.
- Presentación y defensa de trabajos de investigaciones para la transmisión de conocimientos con el apoyo de equipos digitales, fotos y videos.
- Explicación de los contenidos sistematizados en estos estudios.
- Comunicación de las anécdotas más significativas del proyecto.

- Establecimiento de interrogantes sobre los aspectos fundamentales de la asignatura, plantearon inquietudes al equipo evaluador.
- Exposición creativa y original de proyectos.
- La valoración a cargo de docentes y autoridades para constatar el esfuerzo y los conocimientos aprendidos, sobre la base de varios criterios como: presentación personal, creatividad del proyecto, dominio del tema, manejo técnico el vocabulario, realización de preguntas e inquietudes.
- Compromiso institucional y apoyo de la Unidad Académica para su financiamiento.

Como síntesis de las regularidades encontradas en la aplicación de las tareas docentes, de acuerdo con sus peculiaridades, pertinencia y efectividad, los alumnos demostraron ser reflexivos, polémicos, promovieron el debate, intercambiaron ideas y socializaron las respuestas. Se considera que son valiosas dentro de proceso de enseñanza aprendizaje por considerar de manera distintiva a los alumnos creativos de acuerdo con las exigencias de las tareas planteadas.

CONCLUSIONES

Estas experiencias de tareas docentes que desarrollan la creatividad de los estudiantes y las concepciones teóricas abordadas reafirman la importancia de la creatividad en el sistema educativo, como un tema relevante y central para el desarrollo del pensamiento y actitud creadora de los estudiantes. Se cumplieron exitosamente las tareas por la solución de los problemas y con el logro del objetivo, que les permite desarrollar otras tareas del mismo orden o de mayor complejidad, lo cual promueve su desarrollo personal.

Los estudiantes llegaron a proponer diferentes soluciones a problemas de su ámbito profesional, a través de recursos didácticos, tales como: el sociodrama, el video emprendedor, los proyectos, la rueda de conocimientos, entre otros, a partir de los conocimientos, las habilidades y las competencias desarrolladas. Permitted consolidar la etapa orientadora, ejecutora y de control del proceso de enseñanza aprendizaje, los estudiantes facilitaron su realización, motivaron al docente y se favoreció la formación de ciertos valores de los alumnos como la puntualidad, el respeto, la laboriosidad, así como cualidades comunicativas, la independencia y la creatividad.

Uno de los factores más influyentes en la formación de un alumno participativo es la debida capacitación del docente. Y con esto no nos referimos sólo a la materia que éste tenga a cargo, sino también a todo lo que, en algún punto, esté relacionado con su desempeño en el sistema educativo. Por tanto no se podría hablar de una educación creativa sin mencionar la importancia de una atmósfera creativa que propicie el pensar reflexivo y creativo en el salón de clase, por tanto esta temática debe

centrarse entre los objetivos de enseñanza en cualquier área curricular, puesto que educar en la creatividad es formar alumnos nutridos en originalidad, responsabilidad y con alto nivel de emprendimiento y visión futurista.

BIBLIOGRAFÍA

- Araque W. (2012). Creatividad e innovación claves para la competitividad. Desafío que afrontan las Pymes. Revista Ekos Negocios. p.60
- Caballero D. E. (2012). La creatividad pedagógica en la formación del docente. Revista Didáctica y Educación. ISSN 2224-2643. Consultado el 18 de noviembre 2013. [file:///C:/Users/OMAR/Downloads/Dialnet.LaCreatividadPedagogicaEnLaFormacionDelDocente-4231952%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/OMAR/Downloads/Dialnet.LaCreatividadPedagogicaEnLaFormacionDelDocente-4231952%20(2).pdf)
- Calero F. N. (2005). Un modo de actuación profesional creativo en la formación de profesores. Tesis en opción al grado científico de Doctora en Ciencias Pedagógicas. Instituto Superior Pedagógico Félix Varela. Villa Clara. Cuba.
- Chibás O., Borroto C., De Almeida S. (2014). Gestión de la creatividad en entornos virtuales de aprendizaje colaborativos: Un proyecto corporativo de EAD. Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal. Vol. XXI, núm. 43. ISSN 1134-3478. Consultado 12 diciembre 2014. <http://www.redalyc.org/pdf/158/15831058016.pdf>
- Esquivias y De La Torre (2010). La universidad que queremos. Estrategias creativas en el aula universitaria. Revista electrónica Formación y Consultoría para organizaciones. Creatividad, gestión e Innovación. Consultado el 15 de enero 2014. <http://www.neuronilla.com/documentate/articulos/19-creatividad-educacion-e-infancia/552-la-universidad-que-queremos-estrategias-creativas-en-el-aula-universitaria-saturnino-de-la-torre>
- García, E. P. (2004) Didáctica y Currículum. Claves para el análisis en los procesos de enseñanza. ISBN: 84-8465-143-6. Zaragoza. Mira Editores. España
- Garello M.V. y Rinaudo M.C. (2012). Rasgos del contexto para la promoción del desarrollo académico y la creatividad. Estudio de diseño con estudiantes universitarios. Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación. ISSN 1696-4713. Consultado el 21 marzo 2014. [Http://www.redalyc.org/articulo.oa?Id=55124596012](http://www.redalyc.org/articulo.oa?Id=55124596012)
- Garigordobil, M. (2006). Explicaciones teóricas contemporáneas del origen y desarrollo de la creatividad humana. p.1. Recrearte. Facultad de Psicología. Universidad del País Vasco. La página del idioma español. Consultado el 21 abril 2014. <http://www.iacat.com/revista/recrearte/recrearte05/Seccion1/TeoContemp.htm>
- Lefcovich M. (2005). Creatividad e innovación. Revista electrónica GestioPolis. El camino de las empresas de alta competitividad. Consultado el 16 de enero 2014. <http://www.gestipolis.com/canales5/emp/creainca.htm>
- Mariño, M. (1999). Sistema de tareas pedagógico-profesionales para la asignatura Educación de la Personalidad. Tesis de maestría en Ciencias de la Educación Superior. Holguín: Universidad de Ciencias Pedagógicas José de la Luz y Caballero.
- Martínez S., González F. (2009). ¿La creatividad como competencia universitaria? La visión de los docentes. Revista de Formación e Innovación Educativa Universitaria. Vol. 2. N° 2. 101-114.
- Mitjás, A. (1995) Creatividad, personalidad y educación. Editorial Pueblo y educación. Ciudad de La Habana. Cuba.
- Ortiz, E. y Mariño, M. (2012) Psicodidáctica y educación superior. Madrid: Editorial Académica Española.
- Rubinstein S.L. (1965). El proceso de pensamiento. Editora Nacional. La Habana.
- Senplades (2012). Proyecto de Ley Orgánica de Educación Superior. Consultado el 10 de noviembre 2013. http://www.hoy.com.ec/wp-content/uploads/2009/09/proyecto_final_senplades1.pdf
- Solar M. I. (2006). La educación creativa como demanda social en la formación de profesores del siglo XXI. Universidad de Concepción Facultad de Educación Chile. Revista Recre@rte N°6 Diciembre 2006 ISSN: 1699-1834.
- Zilberstein, J. (2006) Principios didácticos en un proceso de enseñanza-aprendizaje que instruya y eduque. Preparación pedagógica integral para profesores. Editorial Félix Varela, La Habana.