

ANEXO II

NUEVO PLAN DE TRABAJO (Convocatoria 2023)

Datos GID			
Nombre	INNOVACIÓN DOCENTE EN EL ÁREA DE MARKETING	Código	UAH-GI20-125
Plan de trabajo a desarrollar en tres años (*)			
1. Introducción			
(En este apartado se debe describir, entre otros, la situación de la innovación perseguida por el grupo, así como el contexto docente actual en el que se enmarca la actuación de este)			
<p>Desde la creación de nuestro primer Grupo de Innovación Docente en Marketing INDOMA hace ya más de 13 años (10/02/2010), seguido del actual Grupo de Innovación Docente en el Área de Marketing (13/07/2020) hemos desarrollado diferentes proyectos de innovación docente (en total 11 proyectos) que nos han ayudado de manera notable a mejorar la docencia en el Área de Comercialización e Investigación de Mercados del Departamento de Economía y Dirección de Empresas, así como a mejorar las habilidades y capacidades de nuestros alumnos de la mayoría de las asignaturas donde hemos aplicado estos proyectos de innovación docente.</p>			
2. Justificación			
(De acuerdo con el apartado primero, se debe incluir la motivación para solicitar un nuevo periodo de actividad del grupo)			
<p>La justificación para prolongar la actividad del nuestro Grupo de Innovación Docente en el Área de Marketing se debe a que queremos continuar con el trabajo realizado en estos últimos 13 años, pero con especial referencia a los últimos 3 años en los hemos mantenido de manera muy satisfactoria un Grupo de Innovación Docente de Excelencia. Todo ello nos han permitido aplicar innovaciones docentes muy bien valoradas por los alumnos y con las que hemos conseguido mejorar la calidad de nuestra docencia en las asignaturas del Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Alcalá, de tal manera que 3 de los 4 miembros que formamos el Grupo de Innovación Docente hemos conseguido en diferentes años el "Reconocimiento por la Excelente Valoración en el Programa de Evaluación de la Actividad Docente" (Pedro Cuesta Valiño y Estela Núñez Barriopedro en 2021; y Azucena Penelas Leguía en 2023).</p> <p>Además, el objetivo de prolongar la actividad del nuestro Grupo de Innovación Docente es porque queremos seguir siendo un Grupo muy activo en cuanto a la participación en congresos nacionales e internacionales, en la publicación de capítulos de libro en editoriales de máximo prestigio nacional e internacional y en el desarrollo de otras actividades en colaboración con otras universidades nacionales e internacionales. Por ello, queremos mantener nuestros altos niveles de actividad para conseguir de nuevo ser un grupo de innovación docente de excelencia.</p> <p>Finalmente, para este nuevo período de 3 años, deseamos seleccionar nuevos miembros que aporten nuevas ideas innovadoras y que hagan crecer aún más nuestra productividad. En este sentido, en el 2º año</p>			

de este nuevo periodo de 3 años, prevemos incorporar a dos nuevos profesores doctores del Área de Comercialización e Investigación de Mercados a este grupo de innovación docente (si se cumplen los criterios para seguir formando el grupo de innovación docente de excelencia) y la posibilidad de la incorporación de otros profesores de otras áreas de conocimiento de la Universidad de Alcalá o de otras Universidades españolas (como la Universidad de León, la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad Autónoma de Madrid y la Universidad de la Rioja). Y para el 3º año prevemos la posibilidad de la incorporación de otros profesores internacionales (de Portugal, Estados Unidos, Argentina, Chile y Colombia) con las que colaboramos actualmente en otros proyectos y en los que traemos invitados a profesores de estas instituciones y países, para poder implementar estas metodologías innovadoras en sus países y viceversa.

3. Objetivos

(Se deben incluir los objetivos que se persiguen con la actividad innovadora que se pretende desarrollar)

El **objetivo general** que queremos conseguir con el mantenimiento del actual grupo de innovación docente de excelencia es, por una parte, proporcionar a los profesores del Área de Comercialización e Investigación de Mercado recursos innovadores para mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje; y por otra parte, proporcionar a los alumnos de las asignaturas del Área de Comercialización e Investigación de Mercados una mejor capacitación para conseguir de una manera más eficiente las competencias indicadas en la Guías Docentes de las diferentes asignaturas.

Para conseguir este objetivo general, se plantean los siguientes **objetivos específicos**:

1. Llevar a cabo medidas para mejorar la coordinación de los profesores para trabajar de forma organizada y en equipo en el proyecto de innovación docente.
2. Proporcionar a los profesores nuevos métodos de evaluación continua más fiables y con más variables que permitan una mejor y más objetiva valoración de los alumnos.
3. Mejorar de manera notable en los alumnos las competencias en creatividad, capacidad de síntesis, trabajo en equipo, innovación, toma de decisiones, competitividad, dirección de grupos, etc.
4. Mejorar de manera notable en los alumnos el nivel de conocimiento de materias concreta.
5. Motivar a los alumnos para trabajar dentro y fuera del aula de manera individual y en grupo.
6. Generar inquietudes en los alumnos que permitan su participación activa en su aprendizaje con premios y castigos.
7. Animar al alumno a la creación de trabajos originales e inéditos, con la posibilidad de utilizar la Inteligencia Artificial.
8. Colaborar con otras universidades nacionales e internacionales en la puesta en marcha de las nuevas metodologías innovadoras

4. Metodología de trabajo

(Se debe incluir la metodología de trabajo que se seguirá para la consecución de los objetivos propuestos)

Se trata de aplicar en diferentes asignaturas del Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Alcalá una serie de dinámicas creativas basadas en los juegos y en la inteligencia artificial con la finalidad de crear nuevas estrategias de enseñanza-aprendizaje y determinar el resultado de los alumnos en cuanto mejora en sus conocimientos y competencias a través de estas nuevas metodologías.

En todo este proceso, hay que destacar la importancia del desarrollo de competencias como la creatividad y el trabajo colaborativo tanto de estudiantes como de profesores en el proceso de enseñanza aprendizaje, de tal manera que se desarrollan dichas competencias aportando las siguientes ventajas:

1. Posibilidad de adaptarte al entorno en el que nos movemos, concretamente a las necesidades, actitudes, y motivaciones de nuestros estudiantes, nuestra universidad y la sociedad en general.
2. Permite ser dinámicos al conocimiento y nuestra visión del mundo no es estática como en muchas ocasiones se ha hecho de forma tradicional.
3. La espontaneidad y la creatividad de estas estrategias puede ser complementaria a la planificación de cualquier clase o actividad, aunque con una perspectiva abierta que permita dar giros de 180º o incluso de 360º si el interés del alumno va en otra dirección que también puede ser válida.
4. Permite superar las amenazas en lugar de ignorarlas (con una posterior repercusión negativa fruto del descontento del alumno por algún aspecto no resuelto), es decir, los estudiantes aprenden a superar imprevistos y objeciones en el desarrollo de su propia dinámica.

Para ello, se desarrollarán “experiencias piloto” en alguna de las asignaturas y grupos para probar de manera gradual la efectividad en la adquisición de competencias por parte del alumno en su proceso de enseñanza-aprendizaje de estas innovaciones estratégicas. Y posteriormente, después de valorar las experiencias, si estas han sido positivas, se lanzarán a otras asignaturas de marketing, para posteriormente aplicar todos estos cambios de manera formal para la mejora de la calidad de la docencia en nuestra área de conocimiento.

También se quiere destacar que en este nuevo periodo vamos a intentar llevar a cabo innovaciones docentes con otras universidades españolas e internacionales. En este sentido, nuestro grupo de innovación docente ya ha entablado relaciones con varias universidades españolas (como la Universidad de León, la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad Autónoma de Madrid y la Universidad de la Rioja) o internacionales (en Portugal, Estados Unidos, Argentina, Chile y Colombia) con las que colaboramos actualmente en otros proyectos y en los que traemos invitados a profesores de estas instituciones y países.

5. Cronograma

(Se incluirá un cronograma de la ejecución del plan de trabajo en tres años, indicando los hitos más representativos)

Curso 2023/24:

- Se analizará y estudiará la dinámica creativa a desarrollar. Los profesores involucrados serán los 4 que forman el Grupo de Innovación Docente
- Se preparará tanto a alumnos como a profesores para el desarrollo de la dinámica en las clases.
- Se pondrá en marcha en un grupo en una asignatura en el 1º semestre y en otra de 2º cuatrimestre y se analizarán los resultados
- Participación en los Encuentros de Innovación Docente de la UAH
- Participación en otros 2 congresos de innovación docente internacionales
- Posibilidad de publicar 2 capítulos de libro en editoriales de prestigio nacional e internacional

Curso 2024/25:

- Si los resultados del curso anterior son satisfactorios, se ampliará la dinámica creativa desarrollada a otra asignatura.
- Posibilidad de llevar a cabo estas dinámicas en colaboración con otras universidades nacionales
- Se incorporarán dos nuevos profesores de otras áreas de conocimientos o de otras universidades
- Se intentarán buscar sinergias con asignaturas de Marketing de otras universidades españolas que desarrollen similares dinámicas
- Se incorporarán dos nuevos profesores del Área de Comercialización e Investigación de Mercados al grupo de innovación docente
- Se analizará y estudiará una nueva dinámica creativa a desarrollar.
- Se preparará tanto a alumnos como a profesores para el desarrollo de la dinámica en las clases.
- Se pondrá en marcha esta nueva dinámica creativa en un grupo en una asignatura en el 1º semestre y en otra de 2º cuatrimestre y se analizarán los resultados
- Participación en los Encuentros de Innovación Docente de la UAH
- Participación en otros 2 congresos de innovación docente internacionales
- Posibilidad de publicar 2 capítulos de libro en editoriales de prestigio nacional e internacional

Curso 2025/26:

- Con los resultados de la dinámica creativa más satisfactoria se intentará aplicar esta dinámica creativa a la mayoría de las asignaturas del Área de Comercialización e Investigación de Mercados
- Posibilidad de llevar a cabo estas dinámicas en colaboración con otras universidades internacionales
- Se incorporarán dos nuevos profesores de otras universidades internacionales
- Se intentarán buscar sinergias con asignaturas de Marketing de otras universidades internacionales que desarrollen similares dinámicas
- Se preparará tanto a alumnos como a profesores para el desarrollo de la dinámica en las clases
- Se intentarán buscar sinergias con asignaturas de otras áreas de la Universidad de Alcalá que desarrollen similares dinámicas
- Participación en los Encuentros de Innovación Docente de la UAH

- Participación en otros 2 congresos de innovación docente internacionales
- Posibilidad de publicar 2 capítulos de libro en editoriales de prestigio nacional e internacional

6. Solicita (seleccione lo que proceda):

- Que el grupo que coordina se clasifique como Grupo de Innovación Docente de Excelencia.
- Que el grupo que coordina siga siendo considerado Grupo de Innovación Docente de Excelencia.
- Que el grupo que coordina se mantenga como Grupo de Innovación Docente.

(*) En el nuevo plan de trabajo se deben incluir al menos los apartados que se indican.