

ANEXO I
A LA CONVOCATORIA DE CREACIÓN DE GRUPOS DE INNOVACIÓN
DOCENTE 2020

Propuesta de creación de Grupo de Innovación Docente

Ficha técnica del GID

1. **Grupo de Innovación Docente de Excelencia** (Marque la casilla que proceda)
SÍ NO

2. **Denominación del GID (y acrónimo si lo tiene)**
Grupo de Innovación Docente en el Área de Marketing (INDOARMA)

3. Coordinador / coordinadores

(Se debe indicar el cumplimiento de los requisitos para ser coordinador, y en caso de ser dos se debe justificar adecuadamente)

Pedro Cuesta Valiño

(Ha obtenido en las dos últimos DOCENTIA solicitados (2016 y 2013) la calificación de MUY FAVORABLE)

4. Líneas de innovación

(El GID podrá elegir la/s línea/s en las que enfocará su actuación, que podrá coincidir o no con las líneas de interés de la presente convocatoria. Seleccione la/s que proceda/n)

Línea 1: Aprendizaje basado en retos

Línea 2: Clase invertida o flipped classroom

Línea 3: Aprendizaje Servicio (ApS)

Línea 4: Gamificación, aprendizaje basado en Juegos y experiencias lúdicas

Línea 5: Herramientas para la mejora de la calidad de la docencia

Línea 6: Competencias, creación de valor y Objetivos de Desarrollo Sostenible

Otra (redáctela de manera concisa):

5. Relación de miembros y descripción individual de sus méritos

(Se describirán los méritos de cada miembro en innovación docente para la categorización del grupo, si procede, como “Grupo de Innovación Docente de Excelencia”, según el formato del Anexo IV).

Pedro Cuesta Valiño.....Profesor Titular de Universidad (se adjunta el anexo IV)

Azucena Penelas Leguía.....Profesor Titular de Universidad (se adjunta el anexo IV)

Estela Núñez Barriopedro... Profesor Ayudante Doctor Y Vicedana de Calidad, Promoción y Comunicación de la Facultad de CC. Económicas, Empresariales y Turismo (se adjunta el anexo IV)

Los tres profesores han obtenido en el último DOCENTIA solicitado la calificación de MUY FAVORABLE

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)

Desde la creación de nuestro Grupo de Innovación Docente en Marketing INDOMA hace ya más de 10 años (10/02/2010) hemos desarrollado diferentes proyectos de innovación docente (en total 8 proyectos) que nos han ayudado notablemente a mejorar la docencia en el Área de Comercialización e Investigación de Mercados, así como la capacitación de nuestros alumnos de la mayoría de las asignaturas donde hemos aplicado los distintos proyectos de innovación docente.

2. Justificación

(De acuerdo con el apartado primero, se debe incluir la motivación para crear el grupo y los argumentos que justifiquen la necesidad de este)

La justificación de la creación del nuevo grupo de innovación docente, al cual vamos a llamar de manera muy parecida al anterior (Grupo de Innovación Docente en el Área de Marketing – INDOARMA), se debe a que queremos continuar con el trabajo realizado en estos últimos 10 años que 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.

Por otra parte, la creación de este nuevo grupo de innovación docente se llevará a cabo por 3 de los 5 componentes del anterior grupo. La razón era que el 95% del trabajo del Grupo de Innovación Docente de Marketing (INDOMA) era desarrollado por estos 3 profesores. Además, el objetivo de la creación de este nuevo grupo es ser un grupo de innovación docente de excelencia desde el principio, por lo que la selección de los miembros que lo formen es muy importante. Pero ya en el 2º año se prevé incorporar a dos nuevos profesores 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 en el 3º año se prevé de nuevo la incorporación de otros dos profesores de otras áreas de conocimiento de la Universidad de Alcalá o de otras Universidades españolas.

3. Objetivos

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

Los objetivos generales que queremos conseguir con la nueva creación del grupo de innovación docente son:

- Desarrollar en los alumnos nuevas competencias como: la creatividad, una mayor capacidad de síntesis, trabajo en equipo, la innovación, la toma de decisiones, la competitividad, la dirección de grupos, etc., además de conseguir un aumento del nivel de conocimiento de una materia concreta.
- Motivar al alumno para trabajar dentro y fuera del aula.
- Trabajar de forma organizada y en equipo en el proyecto de innovación.
- Sorprender al alumno con nuevas actividades, recursos y metodologías docentes que despierten su interés por el aprendizaje.
- Generar inquietudes al alumno que permitan la participación activa del alumno en su aprendizaje con premios y castigos.
- Proporcionar a los profesores unos mecanismos de evaluación continua más fiables.
- Animar al alumno a la creación de trabajos originales e inéditos.

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 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:

- 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.
- Permite ser dinámicos al conocimiento y nuestra visión del mundo no es estática como en muchas ocasiones se ha hecho de forma tradicional.
- 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.

- 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

5. Cronograma

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

Curso 2020/21:

- Se analizará y estudiará la dinámica creativa a desarrollar. Los profesores involucrados serán los 3 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
- Posibilidad de participación en Encuentros de Innovación Docente

Curso 2021/22:

- Si los resultados del curso anterior son satisfactorios, se ampliará la dinámica creativa desarrollada a otra asignatura
- 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
- Posibilidad de participación en Encuentros de Innovación Docente

Curso 2022/23:

- 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
- 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
- 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
- Posibilidad de participación en Encuentros de Innovación Docente

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