



REVISTA SABERES APUDEP
ISSN L 2953-321X

Acceso Abierto. Disponible en:
https://revistas.up.ac.pa/index.php/saberess_apudep

Vol.6, No.2
Julio- Diciembre 2023

pp. 180-197



IMPORTANCIA DE LAS GIRAS ACADÉMICAS COMO ESTRATEGIA EN LOS CURSOS DEL ÁREA DE MERCADOTECNIA QUE SE IMPARTEN EN LA LICENCIATURA EN MERCADEO DE LA EXTENSIÓN UNIVERSITARIA DE AGUADULCE

IMPORTANCE OF ACADEMIC TOURS AS A STRATEGY IN THE COURSES OF THE
MARKETING AREA THAT ARE TAUGHT IN THE MARKETING DEGREE OF THE
AGUADULCE UNIVERSITY EXTENSION

Ricardo Jesús Pedreschi Caballero

Universidad de Panamá, Centro Regional Universitario de Coclé, Facultad de Administración de
Empresas y Contabilidad, Panamá.

ricardo.pedreschi-c@up.ac.pa , <https://orcid.org/0000-0002-9705-6152>

Oris Mercedes Nieto Lara

Universidad de Panamá, Centro Regional Universitario de Coclé, Facultad de Administración de
Empresas y Contabilidad, Panamá.

oris.nieto@up.ac.pa , <https://orcid.org/0000-0002-9444-3376>

DOI <https://doi.org/10.48204/j.saberess.v6n2.a4089>

Recibido: 17-2-2023, Aceptado: 8-5-2023

RESUMEN

La guía didáctica es una herramienta impresa con orientación técnica para el alumno, las cuales deben incluir toda la información esencial para el conveniente manejo y uso del libro de texto para integrarlo al complejo de actividades de aprendizaje para el análisis de los contenidos de un curso. El objetivo del estudio es conocer la importancia que tiene la implementación de una guía didáctica para la realización de las giras académicas como estrategia en los cursos del área de Mercadotecnia que se imparten en la Licenciatura en Mercadeo de la Extensión Universitaria de Aguadulce. Se

realizo un estudio tipo descriptivo. Es indispensable confeccionar una guía didáctica ya que resulta fundamental establecer los diferentes pasos los cuales serían necesarios para el desarrollo de la guía de las giras académicas en forma lógica y coherente, ya que estas deben contar con un encabezado y título, introducción, justificación, objetivos, metodología, recursos didácticos, cronograma y por último la evaluación. Se incluye a 100 estudiantes de la Licenciatura en Mercadeo.

Palabras Claves: *guía didáctica, giras académicas, estrategias, enseñanza, aprendizaje.*

ABSTRACT

Neuromarketing is a new tool in the field of marketing that uses neuroscience technology, through which it is possible to understand the tastes, preferences and behaviors of consumers in the face of the different stimuli in which they have found. The objective of the study is to know the effect and impact on the purchase decision of the students of the School of Business Administration and Accounting of the University Extension of Aguadulce, as well as the factors that influence the thinking of consumers at the time to make a purchase decision, and what is the stimulus that increases their perception, to better understand the buying habits of potential customers. A descriptive study was carried out. It is essential to prepare a didactic guide since it is essential to establish the different steps which would be necessary for the development of the academic tours guide in a logical and coherent way, since these must have a header and title, introduction, justification, objectives, methodology, didactic resources, schedule and finally the evaluation. 100 students of the Bachelor of Marketing are included.

Key words: *didactic guide, academic tours, strategies, teaching, learning.*

INTRODUCCIÓN

La investigación se desarrolla en la Licenciatura en Administración de Mercadeo, Promoción y Ventas de la Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad de la Universidad de Panamá, Extensión Universitaria de Aguadulce. El objetivo de este estudio es el conocer la importancia que tiene la implementación de guías didácticas para la realización de las giras académicas como

estrategia en los cursos del área de Mercadotecnia. Las giras han sido reconocidas por mucho tiempo como una herramienta de aprendizaje en la educación. Según la (Real Academia Española, 2017), el término gira consiste, según su primera acepción, en una “Excursión o viaje de una o varias personas por distintos lugares, con vuelta al punto de partida”.

Las giras académicas son estrategias clave de enseñanza que combinan la teoría aprendida en el aula con la práctica en el campo; cabe señalar que hay poca evidencia de que esto se haya logrado; para muchos estudiantes y docentes, las giras son una simple excursión y no un proceso de aprendizaje, por lo que es importante contar con herramientas que se conviertan en evidencias y permitan planificar y realizar giras académicas de forma adecuadas.

(García et al., 2009), en su investigación, señalan que hay autores que han calificado las giras de campo o académicas como poco productivas, porque estas no concuerdan con los objetivos del docente y del estudiante o se consideran como pérdida de tiempo y recursos; no obstante, señalan que otras investigaciones consideran las giras como una herramienta para el desarrollo de las habilidades y destrezas. Al respecto, se puede señalar que la salida al campo debe tener una planificación a seguir para que tanto el estudiante como el docente estén al tanto de los objetivos de aprendizaje que se van a conseguir.

En la actualidad los docentes que dictan clases en la Licenciatura en Administración de Mercadeo, Promoción y Ventas de la Extensión Universitaria de Aguadulce confrontan una gran dificultad ya que el plan de estudio de dicha licenciatura no cuenta con una guía didáctica para el desarrollo de las giras académicas. Los programas de cada curso se pueden desarrollar en el aula, pero deben complementarse con giras académicas, y aquí es donde los docentes necesitan una guía que les permita ayudar a desarrollar el proceso de enseñanza-aprendizaje, no decimos que la teoría solamente no sea importante, sino que el estudiante dentro de sus asignaturas debería realizar giras para conocer más de cerca los procesos que realizan en las empresas.

La guía didáctica es una herramienta impresa con orientación técnica para el alumno, las cuales deben incluir toda la información esencial para el conveniente manejo y uso del libro de texto para integrarlo al complejo de actividades de aprendizaje para el análisis de los contenidos de un curso.

Según (Quirós & Ruiz, 2012), las giras académicas con carácter educativo permiten desarrollar situaciones que facilitan el conocimiento mutuo, el trabajo en equipo y mejor entendimiento de lo visto en clase. Las giras académicas o de campo se utilizan como una estrategia de enseñanza con muchas funciones diferentes en el proceso de enseñanza, por lo que su papel en la educación conduce a una variedad de intentos para identificar la contribución de las actividades para el aprendizaje de los estudiantes. Al hablar de las guías didácticas utilizadas en las giras académicas le permitirá al estudiante desarrollar un conocimiento práctico de los contenidos de los diferentes cursos.

Detallamos las asignaturas correspondientes al plan de estudio de la Licenciatura en Administración de Mercadeo, Promoción y Ventas, que consideramos sea necesario realizar giras académicas para poner en práctica las teorías dadas, estas asignaturas como se pueden observan en el figura No. 1 en su pensum académico hacen mención a una serie de conocimientos que deben ser mostrados a través de las prácticas, por este razonamiento se considera de relevancia contar con una guía didáctica enfocada en giras académicas a empresas que tengan similitud con los temas tratados.

Figura 1

Asignaturas seleccionadas del plan de estudio para realización de giras académicas.

Nº	Asignaturas	Nº	Asignaturas
1	Marketing I y II	12	Campaña Publicitaria
2	Gerencia de Marketing	13	Planeación Estratégica de Mercados
3	Logística de la Distribución Comercial	14	Estrategias de la Mezcla Promocional
4	Marketing de Servicios	15	Comercio Internacional



5	Desarrollo del Producto	16	Organización de Ferias y Exposiciones
6	Técnicas de Negociación de Ventas	17	Empresa y Publicidad
7	Marketing Turístico	18	Promoción de las Exportaciones
8	Políticas y Estrategias de Precios	19	Marketing Virtual
9	Gestión y Estrategias de Ventas	20	Simulación de Mercados
10	Marketing Internacional	21	Marketing Verde
11	Investigación de Mercados I y II	22	Manejo del Producto para la Exportación

Nota: cuadro realizado a partir del plan de estudios de la Licenciatura en Administración de Mercadeo, Promoción y Ventas.

Es de importancia resaltar que las giras académicas fortalecen la comprensión de los contenidos en los diferentes cursos, ya que interactúan con el medio y desarrollan competencias de trabajo en equipo mostrando la realidad permitiendo realizar un análisis y una evaluación de lo aprendido en clases.

Dentro de los beneficios y parámetros que deben existir para la realización de las giras académicas en algunos cursos encontramos, que en el caso de las asignaturas de Marketing I y II, Gerencia de Marketing y Planeación Estratégica de Mercados, los beneficios son conocer la estructura administrativa que compone el departamento de mercadeo, en cuanto a los parámetros las giras académicas pueden ser realizadas en las distintas empresas dedicadas al mercadeo.

En los cursos de Marketing de Servicios, Marketing Turístico y Marketing Verde los aportes en cuanto a las áreas promocionales de turismo, además de la parte ecológica, las visitas se realizarían a organizaciones dedicadas a el reciclaje, turismo y al servicio. En cuanto a las asignaturas de Desarrollo del Producto y Simulación de Mercados, los beneficios sería ver cómo se realizan los prototipos de productos y el desarrollo de los mismos en el área de mercadeo dentro de la empresa, al hablar de las giras académicas las empresas que se pueden visitar de acuerdo a estos cursos serian fabricas donde utilizan desde la materia prima, hasta la distribución del producto terminado.

Organización de Ferias y Exposiciones en este curso se pueden mencionar que existen empresas que promocionan sus productos y servicios a través de ferias que se realizan tanto a nivel nacional como

internacional, las visitas a estas ferias resultarían muy beneficiosas para los estudiantes ya que podrían observar y conocer la logística que conlleva esta realización y constatar los logros de venta de los diferentes productos. Al referirnos a las asignaturas de Técnicas de Negociación de Ventas, Políticas y Estrategias de Precios y Gestión y Estrategias de Ventas, es de interés conocer que para los cursos antes mencionados resulta necesario que los alumnos puedan ver las diferentes funciones que se realizan en el manejo de empresas dedicadas a las ventas tanto personales como a través de las redes sociales y el impacto que han tenido durante los últimos años, las empresas en donde se podrían realizar giras académicas serían las que se dedican a las ventas al detal y al por mayor.

Los cursos de Empresa y Publicidad, Campaña Publicitaria, Marketing Virtual y Estrategias de la Mezcla Promocional, en este caso de estas asignaturas las giras se realizarían a empresas dedicadas a la creación de publicidad tanto escrita como virtual donde los estudiantes observarían la parte creativa e innovadora en las empresas que se dedican a la generación de anuncios publicitarios. Al referirnos al Marketing Internacional, Comercio Internacional, Promoción de las Exportaciones, Manejo del Producto para la Exportación y la Logística de la Distribución Comercial, a través de estas permitirá al estudiante conocer la estructura que conlleva un producto para la exportación, en cuanto a las asignaturas antes mencionadas las giras académicas podrían realizarse a empresa multinacionales como también a la Zona Libre de Colón y por último la Investigación de Mercados I y II, realizar giras conllevaría grandes beneficios ya que permitiría al alumno conocer cómo se implementan los diferentes planes de negocios para llegar al proceso final, en cuanto a las empresas u organizaciones que se deberían visitar serian aquellas que cuenten con un departamento de mercadeo.

Según los autores (Shakil, Faizi, & Hafeez, 2011) y (Lara, 2011), resaltan el rol del docente en las giras académicas como un guía en el proceso de aprendizaje del estudiante, que ayuda en el desarrollo psicológico, mental, social y emocional de los alumnos. Los profesionales en diferentes áreas utilizan las giras como una herramienta en su quehacer profesional. Al respecto (Sousa, García, & Souto, 2016), indican que, en el área profesional, las giras en el campo forman parte de la investigación y en el área de educación son un recurso didáctico con características específicas de clases abiertas en donde se une la teoría y la práctica.

Con el punto antes expuesto, se puede afirmar que las giras académicas ayudan al estudiante en la construcción de conceptos, estrategias, técnicas e ideas, además, la evaluación que se desarrolla en esta permite al docente conocer el grado de comprensión que logra el estudiante para así mejorar los procesos que se puedan llegar a desarrollar en las giras.

Previo a la realización de una gira académica, se debe hacer una organización o guía didáctica, comprobando los recursos y el contenido con el destino asignado. Las preguntas que se deben plantear son necesarias en el momento de diseñar una guía, estas deben estar validadas con el lugar asignado para las giras, además, deben cumplir con parte del contenido que aparece en el programa del curso.

En el figura N° 2, se presentan algunas preguntas con el objetivo de facilitar una gira de forma exitosa. Lo importante es que el sitio seleccionado tenga concordancia con los contenidos y fines del curso. El docente debe realizar un estudio previo del lugar escogido donde se realizará la gira académica, esta investigación logrará comprobar que la empresa u organización visitada cumple con los parámetros exigidos dentro de los temas asignados en los contenidos, además de localizar colaboradores dentro de la empresa que pueden brindar su apoyo para la realización de estas, siendo este indispensable para el desarrollo interno de las giras.

Figura 2

Preguntas que se deben realizar al momento de planificar una gira académica.

¿Para qué?	Objetivos de la gira.
¿Qué?	Contenidos o temas del curso aplicados en la gira.
¿Cómo?	Actividades o metodologías, por ejemplo, grupo focal, entrevistas, observación directa.
¿Con qué?	Recursos necesarios para la gira: partida presupuestaria, complementos de apoyo económico, equipo técnico, logística, hospedaje, alimentación, etc.

¿Con quienes?	Personas involucradas en el proyecto (comunidad, docentes, miembros de organizaciones, etc.).
¿Cuándo?	Fecha y distribución del tiempo (para registro de información, descanso, etc.).
¿Dónde?	Lugar o poblado, espacio físico para realizar los talleres o reuniones.

Nota. Preguntas que se debe hacer al momento de realizar una gira. Fuente. Giselle Chang, Revista Reflexiones 93(1): 223-234

Como una estrategia en el proceso de enseñanza y aprendizaje a nivel universitario, las giras académicas necesitan un planeamiento dentro de sus planes de estudio, en donde se adapten los contenidos de una asignatura a una experiencia real. Este planeamiento o guía didáctica debe fundamentarse desde el plan de estudios de las asignaturas que guían el proceso de enseñanza-aprendizaje, permitiendo así que se desarrollen en el estudiante las capacidades, aptitudes y habilidades requeridas en el perfil profesional de la carrera; por ello, se debe comprender la importancia de dichos documentos curriculares (Molina, 2011).

Indagando con algunos docentes del Departamento de Mercadeo de la Universidad de Panamá, Extensión Universitaria de Aguadulce pudimos comprobar que no existe ningún documento que hable sobre guías didácticas con referencia a las giras académicas en la Licenciatura en Administración de Mercadeo, Promoción y Ventas. Por lo tanto, se hace necesario incluir en los planes de estudio no solo en esta carrera si no en las demás que se imparten en la Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad, ya que es de vital importancia que en la actualidad se desarrollen guías didácticas con referencia a giras académicas para que faciliten la planificación y contribuyan a un mejor desarrollo y beneficio de la educación superior.

A manera de ejemplo en el primer semestre del año 2019, se realizó una gira académica internacional en donde participaron 15 estudiantes y cuatro docentes del área de mercadeo en un seminario taller en Colombia, Cartagena de India en la Universidad Tecnológica de Bolívar, donde se tocaron varios temas muy interesantes para los estudiantes los cuales fueron enfocados en la

innovación y creatividad. La universidad contaba con un aula especial para poder llevar a cabo este tipo de seminario el cual se realizó en una semana, se trataron temas de la actualidad como es el uso de la innovación en la realización de las tareas, también se pudo afianzar la creatividad la cual es un factor de gran importancia para los estudiantes de Mercadeo, ya que se utiliza al momento de promocionar o diseñar un producto, realizar algún tipo de negociación, crear un entorno virtual amigable, entre otros temas que se tratan dentro de la Licenciatura en Administración de Mercadeo, Promoción y Ventas. (fig.3)

Figura 3

Estudiantes en la gira académica a Colombia participando del seminario, 2019.



Nota. En esta figura se muestran a estudiantes como docentes participando en diferentes dinámicas presentadas por el facilitador para adquirir conocimientos de una manera más fácil y sencilla.

Dentro de algunos objetivos que trajo consigo la realización de esta gira académica fue el de fortalecer las capacidades creativas e innovadoras tanto en los estudiantes como en los docentes, aplicando habilidades a partir del proceso creativo el que todo estudiante de mercadeo debe tener.

Además de los respectivos seminarios realizados durante la gira, se visitó lugares históricos y culturales de Cartagena de Indias, que incluían visita a la empresa Molino Tres Castillos en donde los estudiantes pudieron observar y conocer cómo se realiza la distribución, comercialización y

ventas, al igual que el desarrollo de productos terminados desde el proceso a partir del trigo y el maíz, hasta llegar a su producto final, esto conlleva al fortalecimiento de los conocimientos adquiridos durante el periodo de su licenciatura.

Es apremiante elaborar una guía didáctica ya que resulta fundamental establecer los diferentes pasos los cuales serían necesarios para el desarrollo de la guía de las giras académicas en forma lógica y coherente, ya que estas deben contar con un encabezado y título, introducción, justificación, objetivos, metodología, recursos didácticos, cronograma y por último la evaluación (Acosta & Gutierrez, 2017).

La enseñanza a través de las giras académicas es una de las estrategias que permite establecer un vínculo estrecho entre la teoría y la práctica. Esta es usada en diferentes universidades y ha mostrado el alcance de excelentes resultados; sin embargo, diferentes autores como (Echegaray, 2013), (López, 2007), (Rodríguez & Morales, 2010) y (Lossio, 2004), que han escrito sobre la importancia de las giras académicas, han hecho referencia que para muchos docentes, dicha estrategia se ha vuelto un paseo que carece de planificación, cabe señalar que, esta estrategia (gira académica) es realizada fuera del aula de clase, lo que indica que es responsabilidad del o los docentes, la correcta gestión de la misma, por consiguiente, para que esta estrategia tenga el alcance esperado, es necesario que se trabaje en conjunto con todos los que intervienen en la gestiones necesarias para llevar a cabo las giras académicas (universidad, docentes, estudiantes y colaboradores del lugar a visitar).

El segundo semestre del año 2019, alrededor de 20 estudiantes de segundo año y tres docentes de la Licenciatura en Administración de Mercadeo, Promoción y Ventas de la Extensión Universitaria de Aguadulce en el marco de los cursos de Marketing Internacional, Promoción de las Exportaciones y Políticas y Estrategias de Precios se realizó una gira académica o salidas al campo, a la Empresa Kotowa con el fin de obtener información acerca del proceso que realizan para la fabricación, producción, promoción y exportación de su producto insignia (café). (fig.4)

Figura 4

Estudiantes en la gira académica a la Empresa Kotowa, Chiriquí, 2019.



Nota. En esta figura se muestra (A) el proceso para la fabricación del café Kotowa y en la (B) se indica a los estudiantes el proceso de preparación de los granos para continuar con su producción.

Los objetivos de la gira académica fueron: conocer el funcionamiento, producción, desarrollo y proceso de elaboración de la marca del Café Kotowa, como también fortalecer los conocimientos previos, sobre los distintos procesos de exportación y estrategias de precios los cuales ayudarían a los estudiantes a afianzar aspectos en las materias arribas mencionadas.

La finalidad de la gira académica a la provincia de Chiriquí, distrito de Boquete, consistió en conocer, fortalecer, analizar, comparar y diferenciar, el proceso y elaboración del Café Kotowa tanto a nivel nacional como internacional. Por lo que se puede decir que realizar este tipo de giras son importantes ya que nutren los conocimientos con que cuenta el estudiante en el aula de clases, para que así conozcan en la práctica y en la vida real como se efectúan los distintos procesos, tanto

de exportación como las estrategias de precios que se pueden utilizar para vender ya sea un producto o servicio a un público objetivo.

Las giras académicas presentan ciertos objetivos de los cuales resultan importantes para la planificación de las salidas al campo a través de la utilización de una guía didáctica utilizada para llevar un mejor manejo y control de las actividades que se estarán realizando en la gira.(fig.5)

Figura 5

Objetivos para la planificación de las giras académicas.

Elegir el sitio que reúna las condiciones correctas para poder lograr los objetivos propuestos.
Programar las actividades que realizaran los alumnos y docentes que participaran en la gira académica.
Establecer un presupuesto que integre los imprevistos.
Confeccionar un cronograma con horas de llegada y salida de los múltiples sitios a visitar con el propósito de optimizar el tiempo.

Nota. En el cuadro se presentan algunos objetivos necesarios al planificar una gira. Fuente: Elaboración propia a partir de la propuesta de elaboración de guías didácticas para giras académicas. Autor: Darys Acosta & Yolanda Gutiérrez.

Según (Ulate, 2014), en su investigación sobre el aprendizaje real en giras de campo o académicas, evidencia la carencia de información acerca de estas, por ejemplo: la falta de datos sobre la clasificación o tipos de giras, la determinación de las etapas en su desarrollo, la planificación y organización pedagógica desde el diseño curricular que permita el mejoramiento de las giras.

Para la recolección de datos en las giras académicas se utiliza principalmente la técnica de la observación. Según (Arias, 2012), la define como: " una técnica que consiste en visualizar o captar mediante la vista, en forma sistemática, cualquier hecho, fenómeno o situación que se produzca en la naturaleza o en la sociedad, en función de unos objetivos de investigación preestablecidos." (pág. 69). El instrumento de observación utilización en estos casos es el no estructurado, el cual se

emplean instrumentos tales como: diario de campo, libreta o cuaderno de notas, cámara fotográfica y cámara de video.

MATERIALES Y MÉTODOS

El diseño de estudio fue no experimental se fundamenta en la observación como se muestra en el contexto natural para luego ser analizados, cuyas características principales según (Sampieri, 2014), la definió como: “el estudio que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos”. La metodología por utilizar durante el estudio de investigación será de un enfoque mixto, ya que este nos proporciona las herramientas necesarias para la correcta obtención de un banco de datos que posteriormente se pretenderá utilizar para el trabajo estadístico y la obtención de resultados. Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (pág. 152).

De acuerdo con lo expuesto, la investigación que utilizaremos es la descriptiva, porque nos permitirá describir la forma como se desarrollará cada una de las actividades inmersas a la importancia que tiene la implementación de guías didácticas para la realización de las giras académicas como estrategia en los cursos del área de Mercadotecnia que se imparten en la Licenciatura en Mercadeo de la Extensión Universitaria de Aguadulce. El estudio involucra alrededor de 100 estudiantes que pertenecen a la Licenciatura en Administración de Mercadeo, Promoción y Ventas de la Extensión Universitaria de Aguadulce. La muestra utiliza fue la totalidad de la población ya que es una cantidad mínima.

Para la recolección de datos fue utilizada la técnica del cuestionario. Según Arias (2012) la define como: "una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema en particular" (pág. 72). En esta investigación se

hará uso del cuestionario el cual se proporcionará preguntas tanto abiertas como cerradas, se aplicará este instrumento a fin de reunir los datos necesarios que permita conocer cómo influye la utilización de las guías didáctica como estrategia para implementar en el desarrollo de las giras académicas de los estudiantes de la Licenciatura en Administración de Mercadeo, Promoción y Ventas.

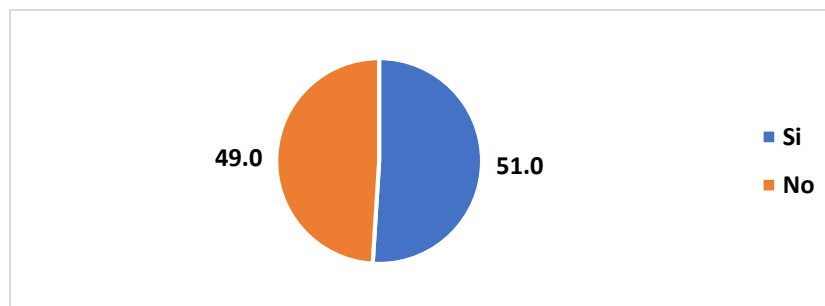
RESULTADOS

El instrumento de recolección de datos fue probado en un grupo de quince (15) estudiantes, utilizando el método de confiabilidad el cual se aplicó dos veces a la misma persona en un corto periodo de tiempo; además, fue revisado por dos (2) expertos con título de maestría. Posterior a la aplicación del cuestionario, se realizaron los ajustes necesarios. El cuestionario fue aplicado a estudiantes de la Licenciatura en Administración de Mercadeo, Promoción y Ventas.

Con relación a la encuesta aplicada a 100 estudiantes de la Licenciatura en Administración de Mercadeo, Promoción y Ventas, se les preguntó si han realizado alguna gira académica dentro de alguno de los cursos de mercadeo en la Extensión Universitaria de Aguadulce, donde el 51.0% respondió que sí, mientras que el 49.0% contestó que no ha realizado ninguna gira académica.(fig.6)

Figura 6

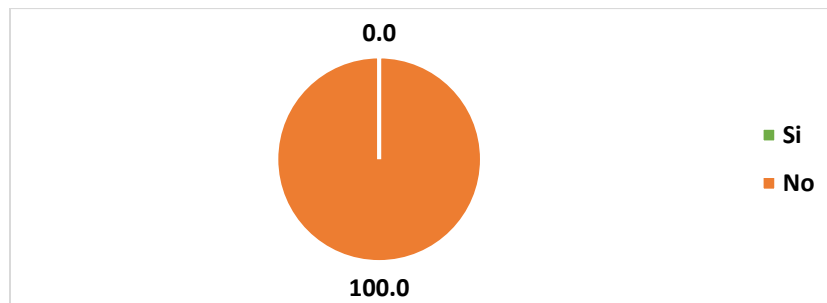
Ha realizado alguna gira académica dentro de alguno de los cursos de mercadeo en la Extensión Universitaria de Aguadulce



En la pregunta concerniente: Al realizar la gira académica le fue entregada alguna guía didáctica para su desarrollo, el 100.0% indicaron que no recibieron ningún tipo de documentación. (Fig. 7)

Figura 7

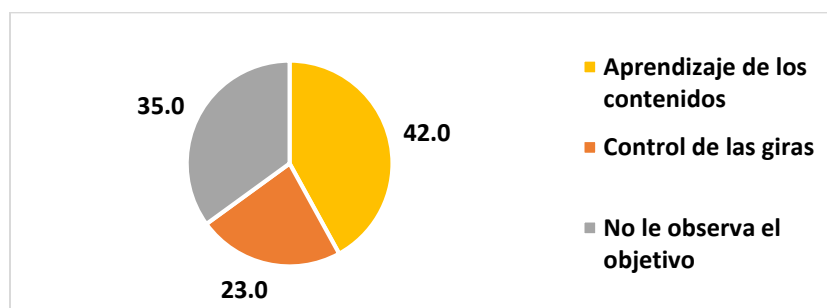
Al realizar la gira académica le fue entregada alguna guía didáctica para su desarrollo



Al preguntarles a los estudiantes cual creen que sería la importancia de utilizar las guías didáctica dentro de las giras académicas, el 42.0% respondieron que un aprendizaje de los contenidos, el 35.0% manifestó que control de las giras y el 23.0% no le observa el objetivo.

Figura 4

¿Cuál cree que es la importancia de la guía didáctica dentro de las giras académicas?



DISCUSIÓN

Como se puede observar los estudiantes de la licenciatura en Administración de Mercadeo, Promoción y Ventas de la Extensión Universitaria de Aguadulce han realizado giras académicas en la cual manifestaron que consideran de importancia la presentación y el desarrollo de guías didácticas que incluyan preguntas específicas relacionadas con la gira académica y el pénsum del curso. Nos manifiestan que al realizar las giras académicas solamente se presenta al final un informe escrito donde aparecen los eventos relacionados a la gira con relación al contenido y al objetivo, es por esta razón que se consideró de gran relevancia la importancia de las guías didácticas para las giras, ya que así se tendría un control de lo que en realidad se espera lograr dentro de las giras académicas.

CONCLUSIÓN

Dado que las guías didácticas pueden mejorar significativamente las experiencias educativas y el aprendizaje de los estudiantes, es crucial incorporarlas en las giras académicas. Estas guías ofrecen un marco definido y bien estructurado para las actividades de la gira académica, ayudando a los estudiantes a comprender los objetivos de la actividad y concentrarse en los componentes más cruciales de la gira. Las guías didácticas también pueden ayudar a los estudiantes a prepararse mejor para la gira académica al brindarles detalles completos sobre los temas a cubrir, los lugares a visitar y las actividades a realizar. Esto les permite acostumbrarse al entorno y comprender mejor las ideas que se tratarán durante el recorrido.

Las guías didácticas enfocadas en las giras académicas deben tener una orientación técnica para el estudiante, donde se debe incluir información de fácil manejo, estrategias de trabajo en equipo que nos ayuden a identificar los procesos que se deben poner en práctica de los contenidos dados, permitiendo un análisis de lo teórico, ya que estas giras contribuyen a que el estudiante construya conceptos, estrategias, ideas en cuanto a la evaluación del desarrollo de las diferentes competencias dentro del pénsum académico. Las giras deben llevar contenidos lógicos que deben ser planteados

y diseñados dependiendo de las asignaturas que decida realizar estas giras, se debe, además, por parte del docente realizar visitas a las empresas elegidas para constatar que cumplen con los requisitos mínimos dentro del curriculum.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, D., & Gutierrez, Y. (2017). Propuesta para la elaboración de guías didácticas para giras académicas de la asignatura de Geografía de Panamá como estrategia metodologica en le proceso de enseñanza-aprendizaje. Panamá: Universidad de Panamá / SIBIUP.
- Arias, F. G. (2012). El Proyecto de Investigación: Introducción a la Metodología Científica (Sexta ed.). Caracas: Episteme.
- Chang, G. (2014). El aprendizaje a través de un viaje particular: las giras como recurso para enseñar a investigar. *Revista Reflexiones*, 93(1), 223-234.
- Echegaray, K. (2013). Salidas de campo como recurso en la enseñanza de ciencias en bachillerato, una propuesta para ciencias de la tierra y medioambientales. España: UNIR. <https://reunir.unir.net/handle/123456789/2117>
- García et al. (2009). ¿Por qué hacer un trabajo de campo? Experiencia de alumnos del profesorado en ciencias biológicas. II Jornadas de Enseñanza e Investigación Educativa en el campo de las Ciencias Exactas y Naturales *Actas*, 2(2), 132-138. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/16556>
- Lara, S. (2011). Las vivencias estudiantiles del trabajo de campo y sus implicaciones pedagógicas. *Revista de Investigación*, 73(35), 195-218. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=376140388009>
- López, J. (2007). Las salidas de campo : mucho más que una excursión. *Revista Redined*, 100-1003. <http://hdl.handle.net/11162/86311>
- Lossio, O. (2004). Las Giras de Campo en espacios urbanos como propuesta de enseñanza facilitadora de aprendizajes significativos en geografía”. <http://www.cfh.ufsc.br/~gcn/semageo%2025/resumo21.htm>



Molina, Z. (2011). *Planeamiento didáctico: Fundamentos, principios, estrategias y procedimientos para su desarrollo*. Costa Rica: EUNED.

Quirós, E., & Ruiz, S. (2012). *La gira educativa: una experiencia analizada desde los estudiantes*. I Congreso Internacional Virtual Internacional de Innovación Pedagógica y Praxis Educativa. <http://www.sepie.una.ac.cr/index.php/memorias/category/2-i-sepie?Download=10:la-gira-educativa-una-experiencia-analizada-desde-los-estudiantes>

Real Academia Española. (2017). *Gira*. Diccionario de la lengua española. <http://dle.rae.es/?id=JCyHP4L>

Rodriguez, M., & Morales, F. (2010). *Propuesta de normas y reglamento para las giras y prácticas de campo (Tesis de Maestría)*. Costa Rica: Universidad Estatal a distancia.

Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación (Sexta ed.)*. México: McGraw-Hill.

Shakil, A., Faizi, W., & Hafeez, S. (2011). *La necesidad y la importancia de los viajes de estudio de alto nivel en Karachi, Pakistán*. *Revista Internacional de Investigación Académica en Ciencias Empresariales y Sociales*, 2(1), 1-16. <http://www.hrmars.com/admin/pics/45.pdf>

Sousa, S., García, D., & Souto, X. (2016). *Educación geográfica y las salidas de campo como estrategia didáctica: un estudio comparativo desde el Geoforo Iberoamericano*. *Biblio3W Revista bibliográfica de geografía y ciencias sociales*, 21(1), 1-22. https://www.researchgate.net/publication/301790305_Educacion_geografica_y_las_salidas_de_campo_como_estrategia_didactica_un_estudio_comparativo_desde_el_Geoforo_Iberoamericano

Ulate, R. (2014). *Las Giras de Campo, Aprendizaje Real en el Currículo Académico*. *Encuentro Vygotski y su legado en la investigación latinoamericana*, 1-18. <http://inie.ucr.ac.cr/investigacion/documentos-academicos/category/10-i-encuentro-vigotski?download=47:las-giras-de-campo-aprendizaje-real-en-el-curriculo-academico>