

USO DE LAS TICs EN MICROECONOMÍA

MIRIAM MARCÉN Y RAFAEL GONZÁLEZ

1. OBJETIVOS Y CONTEXTO ACADÉMICO

Los objetivos de esta innovación docente eran dos: tratar de mejorar la comunicación alumno-profesor y mejorar la calidad de la docencia. Para mejorar la comunicación hemos usado tres herramientas, una página web que contenía toda la información de la asignatura, twitter para una comunicación rápida y eficaz con los alumnos y google calendar. Con el fin de mejorar la calidad docente hemos utilizado el smartpen para crear todos los materiales de una asignatura. Algunas de estas herramientas ya las habíamos utilizado en cursos anteriores, en este proyecto hemos extendido su uso en otras asignaturas y a las clases teóricas.

Este proyecto lo hemos llevado a cabo en tres asignaturas del ámbito de la microeconomía dentro del grado de economía y del grado de administración y dirección de empresas en la Facultad de Economía y Empresa, concretamente en las asignaturas Microeconomía II (Grado ADE, segundo curso), Microeconomía III (Grado ECO, tercer curso) y Economía del Bienestar (Licenciatura en Economía, cuarto curso).

Durante el mes de Septiembre de 2012 se creó una página web en google sites, se comunicó a los alumnos su existencia el primer día de la clase presencial. Durante el primer semestre se creó material con el smartpen y se dio acceso a él a través de la página web. Además durante todo el periodo lectivo como complemento al correo electrónico, la comunicación con los alumnos fuera de la clase presencial se realizó utilizando twitter.

2. RESULTADOS:

Para analizar el uso de todas estas TICs utilizamos google analytics. Google analytics es una aplicación de google que te permite conocer el uso que se ha hecho de la página web. Como puede verse en la Figura 1, que representa el número de visitas diarias del curso académico 2012/2013, la mayor concentración de visitas se centra en los meses de Septiembre, Octubre y Noviembre, después se observa un aumento de las visitas durante el periodo de exámenes de primera convocatoria y se repite este comportamiento en la segunda convocatoria. Esto no es sorprendente porque coincide con el periodo de docencia de las asignaturas en las que se llevaba a cabo este proyecto de innovación docente. El día con mayor número de visitas fue el 28 de Noviembre con 77 visitas.

Figura 1



En total, la página fue visitada en más de 3500 ocasiones y se visitaron más de 7000 páginas. La página que más se visitó fue la portada con 2871 visitas (ver Tabla 1). En lo que respecta a las páginas de las asignaturas, la que recibió más visitas fue la página de Microeconomía III con 1650 visitas, coincide también con la página más activa por parte del profesorado. A continuación, la que recibió más visitas fue la de Microeconomía II, 1544 visitas, y finalmente la de economía del bienestar que fue la menos activa por parte del profesorado porque únicamente se proporcionaba material

relacionado con las prácticas de la asignatura.

Tabla 1

Página	Número de páginas vistas	% Número de páginas vistas
1. /site/unizamicroeconomia/	2.871	40,37%
2. /site/unizamicroeconomia/home/microeconomia-iii-grado-en-economia-grupos-232-teoria-y-practica-y-233-subgrupo-2-de-practicas	1.650	23,20%
3. /site/unizamicroeconomia/home/microeconomia-ii	1.544	21,71%
4. /site/unizamicroeconomia/home/economia-del-bienestar	849	11,94%
5. /site/unizamicroeconomia/home	83	1,17%

La tabla 2 presenta información sobre si las personas que visitaban la web lo volvían a hacer. De las más de 3500 visitas, 2332 fueron visitantes que habían estado en la página en más de una ocasión. Aunque son resultados interesantes, cabe destacar que un mismo alumno pudo entrar desde su tablet y desde su PC a la web y se contaría como dos visitas distintas siendo el mismo alumno.

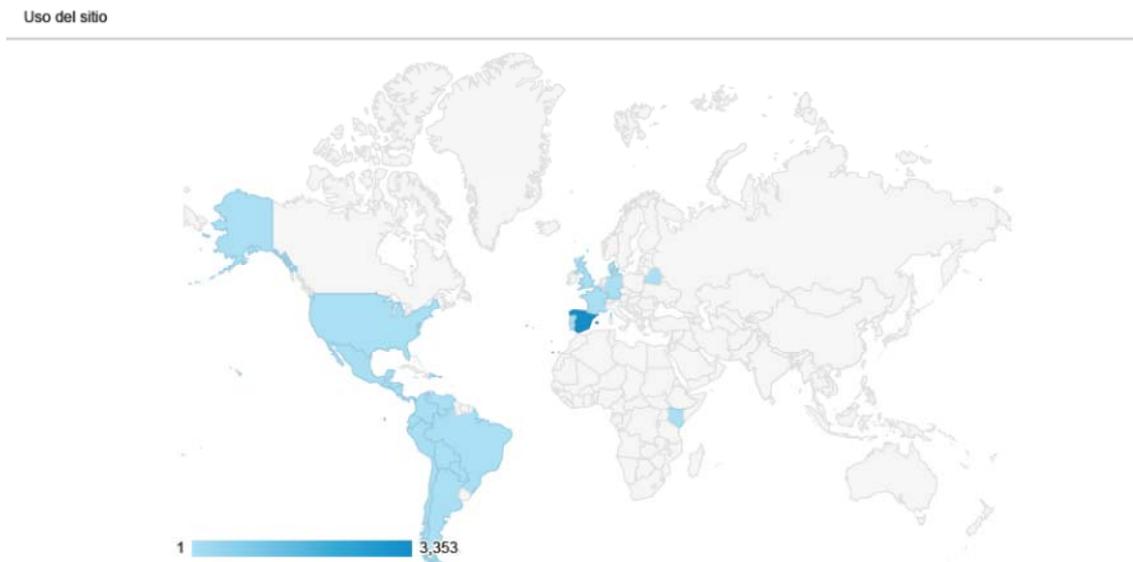
Tabla 2

Tipo de visitante	Visitas	Páginas / Visita
	3.505 % del total: 100,00% (3.505)	2,03 Promedio del sitio: 2,03 (0,00%)
1. Returning Visitor	2.332	2,02
2. New Visitor	1.173	2,04

Las visitas a la web no se produjeron únicamente desde España, como puede observarse en la Figura 2. Recibimos visitas desde América, África y otros países de Europa. Aunque son minoritarias, nos parece relevante reseñar que el material que hemos creado ha podido ser utilizado por otras personas en otros países sin que estuvieran matriculados en las asignaturas. Algo que es bastante común en otras universidades

sobre todo de EEUU.

Figura 2



Las visitas recibidas desde España, como era de esperar, se concentran en Zaragoza, aunque también hemos recibido visitas desde otros lugares de España, cabe destacar las 232 visitas desde Madrid y las 104 desde Barcelona (Figura 3 y Tabla 3). Dos ciudades de las que la Universidad de Zaragoza no suele ser receptor neto de estudiantes. Sorprenden menos las visitas desde Tudela y Logroño, porque, tradicionalmente, desde ambas ciudades la Facultad de Economía y Empresa es receptora de estudiantes.

Figura 3



Tabla 3

Ciudad	Visitas
	3.353 % del total: 95,66% (3.585)
1. Zaragoza	2.692
2. Madrid	232
3. Barcelona	104
4. Bilbao	79
5. Tarragona	45
6. Valencia	38
7. Cuenca	28
8. Paterna	25
9. Logrono	20
10. Tudela	15

3. MEJORAS OBTENIDAS EN EL APRENDIZAJE DE LOS ALUMNOS

¿Hemos cumplido nuestros objetivos? El primero era el de la mejora de la comunicación. Aunque no hemos hecho un análisis detallado del comportamiento de las

visitas a lo largo del semestre, los picos observados en la Figura 1 se producen después de que el profesorado informara a través de twitter de cuestiones de la asignatura (en el mismo día o al día siguiente que se informaba a través de twitter). Por lo tanto, creemos que la comunicación entre el profesorado y el alumno ha mejorado. El alumno conocía al instante a través de twitter los cambios y novedades que se producían en la web, por supuesto todos ellos relacionados con las asignaturas. Esto hace que el alumno no pierda el tiempo yendo a la web a comprobar si hemos introducido alguna novedad en lo que respecta a las asignaturas. Por lo tanto, la información que aportaba el profesorado llegaba instantáneamente al alumnado y estos respondían acudiendo a la web prácticamente al instante.

El segundo objetivo era comprobar si ha mejorado la calidad de la docencia. El uso del smartpen tanto en teoría como en la práctica ha facilitado el seguimiento de la asignatura y su comprensión. Para analizar este tema, nos remitimos a la tasa de superación de las asignaturas en los grupos en los que se ha aplicado esta innovación docente. Cabe destacar que es superior a la de otros grupos, algo que podría estar debido a la aplicación de estas innovaciones docentes.

4. SOSTENIBILIDAD Y TRANSFERIBILIDAD DE LA ACTUACIÓN

La innovación docente es sostenible y aplicable a otras asignaturas tanto de la Facultad de Economía y Empresa como de otras asignaturas fuera de la facultad. Volveremos a aplicar nuestras innovaciones en el siguiente curso académico y trataremos de extenderlo a nuevas asignaturas.