

**TRABAJO DE DIPLOMA EN OPCIONAL TÍTULO ACADÉMICO LICENCIATURA EN
EDUCACIÓN ECONOMÍA.**

**TITULO: TAREAS DOCENTES DESARROLLADORAS PARA LA UNIDAD 2
INVESTIGACIÓN DE MERCADO DE LA ASIGNATURA MARKETING DE LOS
SERVICIOS EN EL TÉCNICO MEDIO EN COMERCIO DEL INSTITUTO
POLITÉCNICO 26 DE JUNIO DE MOA.**

AUTOR: ALEXANDER PIEDRAHITA NARANJO

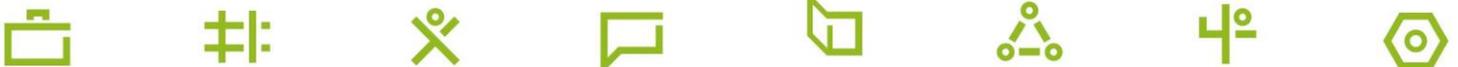
TUTOR:MSC. TOMÁS RAMÓN DELGADO BORREGO

CURSO BASE 2017-2018

FACULTAD
CIENCIAS EMPRESARIALES
Y ADMINISTRACIÓN

DPTO.CONTABILIDAD

JUNIO 2018



PENSAMIENTO

“La economía no es una ciencia natural, no es ni puede ser exacta; es una ciencia social. Conceptos e ideas, tendencias y leyes surgidas en una época dentro de un sistema económico y social determinado, tendiendo a perdurar en el tiempo, aun cuando tales sistemas estén agotados o hallan desaparecidos, lo cual no pocas veces perturba la interpretación más correcta de los acontecimientos.”

Fidel (14 febrero2003)

DEDICATORIA

A mis padres, por mantenerse al tanto de los resultados de mis estudios en todas las etapas de mi carrera.

A mi hermano que me ha dado fuerza para seguir estudiando.

A la Revolución por su constante empeño en ofrecer vías de superación al personal docente para elevar su nivel profesional en aras de lograr estadios superiores en el plano educacional.

A mi familia que a lo largo de mi carrera me han apoyado en todo momento.

AGRADECIMIENTOS

A mi madre y a mi padre que sin su apoyo y comprensión no hubiera sido posible estar frente a ustedes hoy.

A mi profesora Mariela por su paciencia en enseñarme, por su apoyo en el momento más importante.

A mi tutor que ha tenido la paciencia del mundo para guiarme en este trabajo, por la profesionalidad mostrada lo cual me ha hecho una persona más preparada para la vida, por lograr mi crecimiento en cada una de las áreas del conocimiento.

A todos los profesores que a lo largo de la carrera contribuyeron con sus conocimientos a que hoy sea una mejor persona.

ÍNDICE

Contenido

INTRODUCCIÓN.....	8
DESARROLLO	14
Capítulo I. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DEL PROCESO DE ENSEÑANZA- APRENDIZAJE DESDE UN ENFOQUE DESARROLLADOR MEDIADO POR TAREAS DOCENTES.....	14
1.1 Concepciones generales del Proceso de Enseñanza Aprendizaje Desarrollador.	15
1.2 Tareas Docentes desde un enfoque desarrollador	22
1.3 Caracterización de la asignatura Marketing de los Servicios en el IP “26 de junio” de Moa.....	27
1.4 Diagnóstico del estado actual del aprendizaje de los estudiantes 1. Año de Comercio en el IP 26 de junio.	33
CAPÍTULO II TAREAS DOCENTES DESARROLLADORAS PARA EL APRENDIZAJE DE LA UNIDAD 2” INVESTIGACIÓN DE MERCADO”DE LA ASIGNATURA MARKETING DE LOS SERVICIOS.....	41
2.1 Propuesta de tareas docentes.	41
2.2 Valoración de la factibilidad de las tareas docentes.	62
CONCLUSIONES.....	66
RECOMENDACIONES	67
BIBLIOGRAFÍA	68

RESUMEN

El presente trabajo parte de la determinación a través de un estudio diagnóstico, de las insuficiencias que presentan los estudiantes del Técnico Medio en Comercio del Instituto politécnico 26 de junio de Moa, en el aprendizaje de los contenidos de la asignatura Marketing de los servicios, lo cual afecta el cumplimiento de las exigencias de su formación integral.

Como vía de solución al problema detectado se proponen tareas docentes para el aprendizaje de la asignatura Marketing de los servicios concebidas mediante el enfoque sistémico – estructural funcional.

Este resultado se sustenta en las concepciones teóricas del aprendizaje desde un enfoque desarrollador, en los principios que caracterizan a la Pedagogía de la Educación Técnica y Profesional; así como en las concepciones teóricas relativas al diseño de tareas docentes.

El proceso de valoración de la experiencia en la aplicación de las tareas docentes mediante talleres metodológicos con profesores y de criterios de especialistas, demostró que con su aplicación se contribuye al mejoramiento del aprendizaje de los contenidos de la asignatura Marketing de los servicios que se imparte a los estudiantes de la especialidad de Comercio del Instituto Politécnico 26 de junio de Moa.

Este resultado puede generalizarse al resto de las escuelas politécnicas donde se estudie la especialidad a nivel nacional, con flexibilidad y adaptabilidad al contexto laboral donde transcurra el proceso de enseñanza – aprendizaje del tema referido a la asignatura de Marketing de los servicios.

Abstrac

The present work is based on the determination, through a diagnostic study, of the deficiencies that the students of the Technician in Commerce at the Polytechnic Institute of June 26, in Moa, have in learning the contents of the subject Marketing of services, which affects the fulfillment of the requirements of their integral formation.

As a solution to the problem detected, teaching tasks are proposed for the learning of the subject Marketing of services conceived through the systemic - structural functional approach.

This result is based on the theoretical conceptions of learning from a developing focus, on the principles that characterize the Pedagogy of Technical and Professional Education; as well as in the theoretical conceptions related to the design of teaching tasks.

The process of evaluating the experience in the application of teaching tasks through methodological workshops with teachers and criteria of specialists, showed that with its application it contributes to the improvement of the learning of the contents of the subject Marketing of the services that is imparted to the students of the specialty of Commerce at the Polytechnic Institute "June 26" in Moa.

This result can be generalized to the rest of the polytechnic schools where the specialty is studied at a national level, with flexibility and adaptability to the labor context where the teaching - learning process of the subject referred to the subject of Marketing of the services occurs.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad la Enseñanza General Politécnica y Laboral se encuentra en un proceso de transformación en los diferentes subsistemas con el objetivo de profundizar en la calidad del aprendizaje y en un sistema coherente de influencias educativas para formar las nuevas generaciones de acuerdo con los avances de la ciencia y la técnica.

La presente investigación parte de la determinación a través de un estudio diagnóstico, de las insuficiencias que presentan los estudiantes del 1. Año de Técnico Medio en Comercio en el aprendizaje del programa de la asignatura Marketing en los servicios. Como vía de solución al problema detectado se propone a partir del enfoque sistémico – estructural funcional, un conjunto de tareas docentes desde una perspectiva desarrolladora, contribuyendo al mejoramiento del aprendizaje de los estudiantes. Resultó necesario el empleo de métodos de investigación como: encuestas, entrevistas y aplicación de instrumentos a los estudiantes. Este resultado puede generalizarse al resto de los centros politécnicos donde se estudie la especialidad a nivel nacional, con flexibilidad y adaptabilidad al contexto donde transcurra el proceso de enseñanza-aprendizaje. Como resultado de los instrumentos de diagnóstico aplicados se identificaron as insuficiencias siguientes: Falta de preparación metodológica de los docentes. Pobre motivación de los estudiantes por la especialidad, para aplicar tareas docentes desarrolladoras en el trabajo independiente. Tareas reproductivas orientadas por los profesores. No se tenía en cuenta los niveles de aprendizaje de los estudiantes,

pues los principales indicadores afectados que revela la guía de observación se centran en los rasgos característicos de este tipo de aprendizaje.

Como resultado de este análisis se manifiesta la contradicción entre las insuficiencias en el aprendizaje de la Unidad 2 Investigación de Mercado de la Asignatura Marketing de los Servicios y las exigencias de un aprendizaje desarrollador en el profesional del Comercio.

Todo lo cual hace pertinente investigar el siguiente problema científico: ¿Cómo contribuir al mejoramiento del aprendizaje de la Unidad 2 Investigación de Mercado de Asignatura Marketing de los Servicios, que se imparte a los estudiantes de 1º Año de Técnico Medio en comercio el IP "26 de junio del municipio Moa?

El objeto de investigación: Proceso de enseñanza-aprendizaje de la Unidad 2 Investigación de Mercado de la Asignatura de Marketing de los Servicios que se imparte a los estudiantes del 1. Año del técnico medio en comercio del IP "26 de junio" del municipio Moa.

La revisión bibliográfica respecto al aprendizaje muestra importantes investigaciones en el orden nacional e internacional sobre el aprendizaje desarrollador, entre ellas se destacan las investigaciones de (CORTIJO JACOMINO, 1996) el cual propone una didáctica de las ramas técnicas y profesionales; (SILVESTRE ORAMAS, 1999) y (ZILBERSTEIN, 1997), dirigen el aprendizaje desde la perspectiva de una didáctica desarrolladora; (FRAGA, 1997) propone una metodología para la enseñanza de las áreas básicas profesionales; ABREU y LEÓN (1996, 2000 y 2006) proponen una concepción teórica que revela una Pedagogía para la Educación Técnica y Profesional; SILVESTRE (2000) propone concepciones teóricas acerca del aprendizaje desarrollador; HERNANDEZ (2000) hace una propuesta de tareas para el aprendizaje desarrollador en la asignatura de Geodesia y Cartografía; GONZALEZ (2001) propone alternativas metodológicas para la dirección del aprendizaje desarrollador en la asignatura de Materiales de la Construcción; CASTELLANOS (2001) brinda un marco teórico referencial para la comprensión de los procesos de aprendizaje; LAZO (2003)

hace una propuesta de tareas integradoras para el aprendizaje desde un enfoque interdisciplinario en especialidades de la familia de Agronomía; ALONSO (2003) propone sugerencias metodológicas para el diseño de tareas docentes desarrolladoras en la ETP y tareas docentes para especialidades de la familia de Mecánica desde una perspectiva desarrolladora; RODRÍGUEZ, POSADA y otros (2003) proponen un modelo metodológico para las áreas profesionales; ALVAREZ (2006) propone estilos de evaluación del aprendizaje desde un enfoque desarrollador en la ETP; CONCEPCIÓN y RODRÍGUEZ (2006) hacen una propuesta del rol del profesor y sus estudiantes en el proceso de enseñanza – aprendizaje; DOMÍNGUEZ (2007) hace una propuesta de la dirección del aprendizaje desarrollador del bachiller técnico en Explotación, Mantenimiento y Reparación de la Maquinaria Agrícola; MORENO (2008), ALMAGUER (2008), ANDRÉS (2008); CAMOIRA (2008), ROJAS (2008); SÁNCHEZ (2008); DÍAZ (2008), FUENTES (2008), ETAYO (2008); y GONZALEZ (2008); hacen interesantes propuestas de tareas docentes para el aprendizaje desde un enfoque desarrollador en la ETP.

Después de analizar los aportes de cada uno de estos autores, se propone como objetivo: Elaborar tareas docentes desde una perspectiva desarrolladora que contribuyan al mejoramiento del aprendizaje de la Unidad 2 Investigación de Mercado de la Asignatura Marketing de los Servicios que se imparte a los estudiantes de 1er año de Técnico Medio en Comercio del IP "26 de junio" del municipio Moa.

La investigación trajo consigo el siguiente campo de acción: Tareas docentes desarrolladoras para la Unidad 2 Investigación de Mercado de la Asignatura Marketing de los Servicios.

Para el logro de los objetivos planteados se trazan las siguientes preguntas científicas:

1. ¿Cuáles son los fundamentos teóricos que caracterizan la proyección de tareas docentes con una perspectiva desarrolladora para impartir los contenidos del programa de la Unidad 2 Investigación de Mercado de la Asignatura Marketing de los Servicios

para fundamentar teóricamente sobre el aprendizaje desarrollador mediado por tareas docente?

2. ¿Cuál es el estado actual del proceso de enseñanza-aprendizaje en la Unidad 2 Investigación de Mercado de la asignatura de Marketing de los Servicios que se imparte a la especialidad de Comercio en el Centro Politécnico "26 de junio"?

3. ¿Cuál es la estructura que deben tener las tareas docentes desarrolladoras para el aprendizaje de la Unidad 2 Investigación de Mercado de la Asignatura Marketing de los Servicios

4. ¿Cuál es el nivel de factibilidad de las tareas docentes una vez introducidas en la práctica pedagógica contextualizada desde un enfoque desarrollador en los contenidos de la Unidad 2 Investigación de Mercado de la Asignatura Marketing de los Servicios?

Para responder las preguntas formuladas anteriormente, se planifican las siguientes tareas investigativas:

Fundamentar teóricamente sobre el aprendizaje desarrollador apoyado por tareas docentes.

Caracterizar el estado actual del proceso de enseñanza-aprendizaje del programa de la Unidad 2 Investigación de Mercado de la Asignatura Marketing de los servicios del 1er. Año que se imparte en los estudiantes de Técnico Medio en comercio en el IP "26 de junio" del municipio Moa.

Confeccionar la estructura que deben tener las tareas docentes para contribuir en el aprendizaje desarrollador de los contenidos de la Unidad 2 Investigación de Mercado de la Asignatura Marketing de los Servicios.

Constatar el nivel de factibilidad en la utilización de las tareas docentes para favorecer el aprendizaje de la Unidad 2 Investigación de Mercado de la Asignatura Marketing en los servicios en los estudiantes del primer año en la especialidad de comercio.

En el desarrollo de esta investigación se utilizaron diferentes métodos

Métodos de nivel teórico:

Histórico-lógico: para determinar las tendencias que han caracterizado la formación de los estudiantes de Técnico Medio en Comercio y el aprendizaje de la Unidad 2 Investigación de Mercado de la Asignatura Marketing de los Servicios.

Análisis- síntesis: para interpretar los datos y resultados generales y particulares obtenidos en el proceso de investigación.

Inducción- deducción: para inducir vías y procedimientos empleados en la investigación a partir de las experiencias sobre la cultura jurídica en las escuelas politécnicas.

Enfoque Sistémico: en la orientación general de la investigación y para operar el problema y la elaboración de las tareas docentes.

Modelación: en el diseño de las tareas docentes desarrolladoras para favorecer el aprendizaje de la Unidad 2 Investigación de Mercado de la Asignatura Marketing de los Servicios. ”

Métodos Empíricos:

Observación científica: Para constatar el nivel de preparación metodológica de los docentes que imparten la Asignatura Marketing de los Servicios.

Técnicas:

Entrevistas: a docentes que imparten la Asignatura Marketing de los Servicios para caracterizar el proceso de enseñanza – aprendizaje de la asignatura.

Encuestas: a estudiantes de Técnico Medio en comercio para constatar el estado actual del problema y sus posibles causas.

Revisión de documentos: Para caracterizar el proceso de enseñanza-aprendizaje del programa de la Asignatura Marketing de los Servicios.

Métodos estadísticos-Matemáticos.

Cálculo Porcentual para:

Determinar las muestras usadas en el diagnóstico inicial y final para aplicar las tareas docentes. Además, para el procesamiento de escala de valoración para conocer la pertinencia.

Criterio de especialista: para valorar la efectividad de las tareas docentes.

Para acometer la investigación se tomó la siguiente Población y muestra:

Población: 28 estudiantes del primer año de Técnico Medio en Comercio, 3 directivos ,4 docentes del centro politécnico “26/Junio” del municipio Moa.

Muestra: 25 estudiantes del segundo año de Técnico Medio en Comercio, 3 directivos, 4 docentes.

El Aporte Práctico: Tareas docentes para contribuir al mejoramiento del aprendizaje de la Asignatura Marketing de los Servicios.” teniendo en cuenta el carácter desarrollador del aprendizaje en el contexto de la asignatura, mediante situaciones de aprendizaje que valoren, eduquen y desarrollen, estableciendo las relaciones funcionales que se dan entre los componentes y elementos estructurales de las tareas docentes, como un proceso social, individual, activo, reflexivo, regulado, significativo, responsable y consciente que contribuya a satisfacer las exigencias de los modos de actuación del Técnico Medio en Comercio.

Como Novedad Científica se destaca en que a partir de la elaboración de tareas docentes se contribuirá a elevar el aprendizaje de los núcleos básicos del programa de la Asignatura Marketing de los Servicios. mediante la relación entre las exigencias del aprendizaje desarrollador que se debe lograr en los estudiantes y el método de

enseñanza que emplean los docentes en el nuevo Modelo Educativo de Escuela Politécnica Cubana actual.

El presente trabajo de diploma se estructura:

En el Capítulo 1 se realiza una caracterización teórico – metodológica en torno al aprendizaje mediante tareas docentes. Se presenta el resultado del diagnóstico realizado al estado actual del aprendizaje de la Unidad 2 Investigación de Mercado de la Asignatura Marketing de los Servicios y los fundamentos teóricos y metodológicos que sustentan al aprendizaje desde un enfoque desarrollador mediado por tareas docentes contextualizadas a la Pedagogía de la Educación Técnica y Profesional.

En el Capítulo 2 se presentan las tareas docentes como resultado de la experiencia pedagógica del autor las cuales se concibieron a partir de las características del programa de la asignatura y de los fundamentos teóricos y metodológicos asumidos en el capítulo 1. Finalmente se presenta el resultado de la valoración de la factibilidad de las tareas docentes.

DESARROLLO

Capítulo I. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DESDE UN ENFOQUE DESARROLLADOR MEDIADO POR TAREAS DOCENTES.

En el presente capítulo se presentan los fundamentos teóricos y metodológicos que sustentan el aprendizaje desde un enfoque desarrollador mediado por tareas docentes contextualizadas a la Pedagogía de la Educación Técnica y profesional (ETP). Se presenta la caracterización de la Formación del Técnico Medio en Comercio, la asignatura de marketing de los servicios y los resultados del diagnóstico del aprendizaje.

Dentro del campo del aprendizaje se han destacado varios investigadores que desde el punto de vista psicológicos han dedicado sus estudios al proceso de cómo aprenden los

estudiantes. Se destacan en este sentido autores como (Vigotsky, 1989), (Leontiev, 1981); (PETROSKY, 1981) (ZAYAS, 1999.) Parten de reconocer que

...el aprendizaje es una actividad social, y no solo un proceso de realización individual como hasta el momento se había sostenido; una actividad de producción y reproducción del conocimiento mediante la cual el estudiante asimila los modos sociales de actividad y de interacción, y más tarde en la escuela, además, los fundamentos del conocimiento científico, bajo condiciones de orientación e interacción social. Estos criterios nos llevan a considerar que el hombre constantemente está aprendiendo por lo que son válidos para la educación de los jóvenes.

Entre ellos, los estudios realizados por (Vigotsky, 1989) se toman como sustento teórico de la presente investigación, teniendo en cuenta que las proyecciones de este enfoque conciben al aprendizaje como un proceso que no existe al margen de las relaciones sociales, ni fuera de los límites de desarrollo del alumno.

1.1 Concepciones generales del Proceso de Enseñanza Aprendizaje Desarrollador.

A fines del siglo XX la sociedad dirige marcadamente su atención al papel de la escuela en el desarrollo de las nuevas generaciones, ya que no existe en todos los casos, total correspondencia entre lo que "se espera" que esta institución socializadora logre y el "resultado" obtenido.

La enseñanza es proceso y resultado, en él estamos involucrados todos y resulta ser, en realidad, una experiencia personal, pero a la vez es un proceso muy complejo, diversificado, condicionado por múltiples factores tales como nuestras propias características personales, las situaciones y los entornos sociales y culturales (lugares, personas, sucesos y objetos) en que aprendemos, los diferentes saberes que debemos adquirir. Así la enseñanza es relación interactiva de los individuos y sus sociedades, en ella cada sujeto da significado personal a sus aprendizajes.

La enseñanza es el proceso de organización de la actividad cognoscitiva de los escolares, que implica la apropiación, por estos de la experiencia histórico-social y la asimilación de la imagen ideal de los objetos, su reflejo o reproducción espiritual, lo que mediatiza toda su actividad y contribuye a su socialización y formación de valores.

La enseñanza cumple funciones instructiva, educativa y desarrolladora, en cuyo proceso debe manifestarse la unidad entre la instrucción y la educación.

La enseñanza es una transformación cuantitativa y cualitativa en cada uno de los sujetos cognoscentes, esto tiene carácter de subjetivación de la realidad objetiva, aprender conduce a la producción personal, en condiciones socializadas, de conocimientos, habilidades y hábitos, valores, sentimientos, gustos, ideales, aspiraciones, intereses, actitudes y conductas.

La enseñanza y el aprendizaje constituyen un proceso, que está regido por leyes concatenadas (pedagógicas, psicológicas, lógicas, filosóficas, entre otras), que interactúan y se condicionan mutuamente. Estas leyes deben conocerse por los docentes, a los efectos que este se desarrolle como un sistema.

Teniendo en cuenta hasta aquí lo planteado, la investigación asume como fundamentos psicológicos esenciales el enfoque histórico cultural de (Vygotsky, (1987)), sobre la Zona de Desarrollo Próximo (ZDP) se define como la distancia entre el nivel real de desarrollo determinado por la capacidad por resolver un problema y el nivel de desarrollo potencial determinado a través de la solución de un problema bajo la guía de un adulto o en colaboración con otros compañeros más capaces.

Sus seguidores (Leontiev, Galsperin, Talísima , 1998) consideran el aprendizaje como un proceso de apropiación histórico – social mediante la actividad del sujeto y la comunicación con otras personas, como: instructivo, profesor, alumno, familia, etc., se considera al alumno el centro del proceso y la solución de problemas mediante tareas docentes como vía fundamental para su desarrollo mediante el descubrimiento y solución a los problemas que se presentan en su contexto de actuación.

Después de analizar cada uno de estos criterios se plantea que el proceso de enseñanza - aprendizaje debe lograr formar personalidades que busquen el conocimiento y lo apliquen con carácter creador en beneficio de la sociedad.

El desarrollo es todo cambio esencial y a la vez necesario en el tiempo. Como modo de manifestarse la materia es infinito, pero a la vez existe como proceso aislado finito. Debe verse el desarrollo como un tipo de movimiento con tendencia ascendente, que implica la aparición de lo nuevo con una cualidad superior; se cambia la estructura interna del objeto, fenómeno o proceso.

Según los autores antes referenciados se entiende que este tiene lugar cuando se corresponde con la siguiente posición conceptual:

Un aprendizaje desarrollador es aquel que garantiza en el individuo la apropiación activa y creadora de la cultura, propiciando el desarrollo de su auto perfeccionamiento constante, de su autonomía y autodeterminación, en íntima conexión con los necesarios procesos de socialización, compromiso y responsabilidad social.

Plantearse lograr en los alumnos un aprendizaje desarrollador compromete en trabajar por cualidades como las siguientes:

El aprendizaje debe distinguirse por ser activo y regulado. Esto requiere que el estudiante sea constructor de su propio aprendizaje, que sea el protagonista en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Su actividad cognoscitiva para ello debe ser consciente, es decir comprender por qué aprende, hasta dónde llegar, el qué y cómo aprende. Rasgo fundamental debe ser la actividad intelectual productiva, creadora e independiente del que aprende.

La escuela en ello debe propiciar procesos de análisis críticos, pensamiento alternativo, lógico, flexible, original, abierto ante la necesidad de cambios en contenidos y estilos de pensamiento.

El trabajo didáctico por un aprendizaje desarrollador requiere lograr en los alumnos la aplicación creadora y la transferencia de conocimientos y habilidades a situaciones docentes nuevas, desconocidas, lo que se traduce en aprendizaje como producción de sus propios y nuevos saberes. En esta cualidad se incluyen la actividad metacognitiva del alumno en su aprendizaje desarrollador. La metacognición como sistema de procesos cognitivos sobre los propios conocimientos y los procesos de su adquisición.

La cualidad meta cognitiva de un aprendizaje desarrollador se expresa en dos funciones: el aprendizaje es, además de activo, una reflexión metacognitiva que deviene en aprendizaje autorregulado. Los procesos de reflexión cognitiva permiten al alumno llegar a comprender los motivos internos y externos de su aprendizaje, los mecanismos intelectuales, operacionales, así como las estrategias de aprendizaje.

Lo anterior conduce a la comprensión por el alumno de las cualidades que distinguen el aprendizaje propio, las alternativas para producir sus conocimientos. Es decir, conocimientos sobre su proceso cognoscitivo: metaconocimientos. Estos se relacionan con la función condicionante de la actividad de regulación metacognitiva que distingue al aprendizaje desarrollador.

Aprender a conocer implica trascender la simple adquisición de conocimientos para centrarse en el dominio de los instrumentos que permiten producir el saber.

Aprender a hacer destaca la adquisición de habilidades y competencias que preparen al individuo para aplicar nuevas situaciones en un contexto cultural y social determinado.

Aprender a convivir supone el desarrollo de las habilidades de comunicación e interacción social, del trabajo en equipos la interdependencia y el desarrollo de la comprensión, la tolerancia, la solidaridad y del respeto a los otros.

Por último, aprender a ser destaca el desarrollo de las actitudes de responsabilidad personal, de la autonomía, de los valores éticos y de la búsqueda de la integridad de la personalidad.

Esta concepción del aprendizaje sustenta varias consideraciones según (genoris, 2004), las cuales son compartidas por el autor de este trabajo:

El aprendizaje es proceso y resultado, en él estamos involucrados todos y resulta ser, en realidad, una experiencia personal; pero a la vez es un proceso muy complejo, diversificado, condicionado por múltiples factores tales como nuestras propias características personales, las situaciones y los entornos sociales y culturales (lugares, personas, sucesos y objetos) en que aprendemos, los diferentes saberes que debemos adquirir. Así el aprendizaje es relación interactiva de los individuos y sus sociedades, en ella cada sujeto da significado personal a sus aprendizajes.

Aprender es un proceso sistemático y permanente que comienza y termina junto con la vida y depende y se produce en relación determinante con las condiciones históricas, políticas, económicas y sociales en que tiene lugar.

El aprendizaje es un proceso de interiorización de parte de la cultura universal. Se produce una transformación cuantitativa y cualitativa en cada uno de los sujetos cognoscentes, esto tiene carácter de subjetivación de la realidad objetiva, aprender conduce a la producción personal, en condiciones socializadas, de conocimientos, habilidades y hábitos, valores, sentimientos, gustos, ideales, aspiraciones, intereses, actitudes, conductas.

En los procesos cognitivos se producen, desarrollan y se transforman tanto elementos intelectuales como afectivos, volitivos y conductuales. El aprendizaje es condición y factor para que se produzca el desarrollo de la personalidad.

En el proceso de aprender se aplican métodos, procedimientos, recursos intelectuales y materiales que están contenidos, como parte estructuralmente intrínseca, de la misma cultura que adquirimos. Aprendemos un qué y de un modo que está en total correspondencia con los saberes de la época y con las condiciones en que vivimos. Cuando esto no es así entonces se hace presente la necesidad de modificar el para qué, el qué y el cómo se aprende, de modo que este responda al proceso de

socialización e individualización que la Educación debe lograr en cada una de las diferentes condiciones sociales de existencia del hombre.

Para ser consecuente con lo anterior, el autor de este trabajo parte de reconocer las reflexiones de (Alonso, 2003) cuando enuncia que:

Es necesario lograr un proceso de INSTRUCCIÓN que estimule la búsqueda activa del contenido que se aprende por parte del estudiante, auxiliándose de estrategias de aprendizaje; entre las que se encuentra: el modelo guía de *aprendizaje; así como que las situaciones de aprendizaje que conciba el profesor en la actividad docente tengan una aplicación práctica en la vida, un vínculo con la especialidad y logrando el tránsito en los tres niveles de desempeño cognitivo del estudiante.

Este proceso de instrucción permitirá entonces el establecimiento de un proceso de DESARROLLO que estará dirigido a estimular el pensamiento lógico del estudiante, dirigido al desarrollo de conceptos, juicios y razonamientos, que propicie el desarrollo de las habilidades lógicas e intelectuales en el estudiante.

Siendo consecuentes con el criterio de “Educar mediante la Instrucción” que hace referencia (ZAYAS, 1999.) (5), resulta pertinente entonces lograr el establecimiento de las relaciones que se dan en la unidad instrucción y desarrollo, con la categoría EDUCACIÓN; es decir aprovechar las potencialidades educativas que brinda el contenido científico – tecnológico para el fortalecimiento al trabajo político – ideológico, de formación de valores; así como al desarrollo de la cultura económica y básica general del estudiante mediante el tratamiento a los programas directores, los ejes transversales y los programas de la Revolución.

Este proceso de instrucción desde un enfoque desarrollador asumida por el autor para la elaboración de las tareas docentes que se proponen en el presente trabajo final, será posible de aplicar en la medida que el profesor tenga en cuenta la aplicación sistemática y consecuentes de los principios que caracterizan a la Pedagogía de la Educación Técnica y Profesional, los cuales se explican a manera de síntesis a continuación:

Elaborado por un colectivo de autores del ISPETP (2007) se proponen a continuación un grupo de principios que regulan la concepción teórica del aprendizaje desarrollador, contextualizado a la formación del Bachiller Técnico en Comercio. Los principios son los siguientes:

Principio del carácter cultural general y técnico – profesional integral del Proceso de Educación Técnica y Profesional Continua del obrero.

La formación cultural integral del futuro obrero constituye objetivo central del Sistema Nacional de Educación, lo que se logrará si se atiende en la dirección de dicho proceso la unidad de lo educativo, lo instructivo y lo desarrollador en función de una cultura general, político – ideológica, económico – productiva y tecnológica del estudiante, como componentes de la ETP que exige la sociedad cubana actual.

Principio del carácter diferenciado, diversificado y anticipado del Proceso de Educación Técnica y Profesional Continua del obrero.

Este principio abarca la integración de tres características esenciales del Proceso de E.T.P. Continua del obrero: la diferenciación en el sentido de concebir al obrero como ser único, irrepetible, con sus particularidades y diferencias individuales; diversificada en lo referido al cambio, la transformación del medio físico, simbólico y afectivo de la ETP, que facilite la formación de ese obrero integral, el cambio en los escenarios de la ETP, alejamiento del academicismo estrecho del aula como lugar privilegiado de clases: la incorporación de la tecnología de la información y la computación y anticipada pues se hace imprescindible formar con visión de futuro, un obrero para hoy pero con una preparación que le permita transitar por el cambio, adaptarse a él y generarlo.

Principio del carácter integrador de la relación Escuela Politécnica – Entidad laboral – Comunidad en el Proceso de Educación Técnica y Profesional Continua del obrero.

Este se sustenta en uno de los pilares del Sistema Nacional de Educación, la integración del estudio con el trabajo y que aquí se asume en su máxima expresión de

materialización. En él se reflejan aspectos esenciales entre los cuales se pueden señalar: La Promoción y ejecución del trabajo conjunto entre el colectivo pedagógico (profesor de la Escuela Politécnica) y el colectivo laboral (Tutor), desarrollando actividades que estimulen ese fin, en función de una eficiente formación del obrero, de acciones educativas de la Organización Sindical en el vínculo con la entidad laboral. La realización de actividades que integren a los estudiantes a la comunidad, en función del desarrollo cultural de esta y la mejor formación del futuro obrero.

Principio del carácter social y económico productivo del Proceso de Educación técnica y Profesional Continua del obrero.

Este principio abarca entre su contenido aspectos relacionados con: la demostración de la función social y económica de este tipo de Educación y su contribución concreta al desarrollo de conciencia y acción de prestadores de servicios en los estudiantes; la familiarización con las particularidades del mundo de las profesiones y los empleos con vistas a su inserción plena en este contexto. Abarca también, la confrontación de criterios, el debate sobre la realidad socio económica en otros contextos y en Cuba, el estímulo al ahorro de materiales, energía, así como la protección del entorno. La persuasión sobre el uso de los medios de protección e higiene del trabajo y su importancia para el mantenimiento de la salud de los obreros. La divulgación en las actividades de la legislación laboral vigente, así como los objetivos, funciones e importancia del sindicato.

1.2 Tareas Docentes desde un enfoque desarrollador

Concebir el sistema de actividades (tareas docentes) para la búsqueda y exploración del conocimiento por el alumno, que estimule y propicie el desarrollo del pensamiento y la independencia del estudiante.

La tarea docente es la célula fundamental de la clase, a través de su aplicación se le da cumplimiento al objetivo formativo declarado. ¿Qué es una tarea docente? La tarea docente es una actividad orientada durante el desarrollo de la clase, dirigida a crear situaciones de aprendizaje. Una situación de aprendizaje es una condición que provoca

el profesor, el texto de estudio, los medios tecnológicos o el propio proceso del trabajo profesional, para motivar la actividad del estudiante en función del logro del objetivo formativo.

La autora asume el criterio de (Rizo, 1981) y en la elaboración de sus tareas para favorecer el aprendizaje de los alumnos en la especialidad de Contabilidad, tiene en cuenta las características por los cuales se deben regir cada una de las tareas docentes; según (Silvestre ORAMAS, 1999.), (1999), la cual se asume en la investigación:

De este análisis se relacionan las características de la tarea docente con una concepción desarrolladora:

Tiene que ser concebida en función del modelo guía intelectual (pensamiento lógico). La valoración del conocimiento revelado y de la propia actividad, a través de ejercicios y situaciones donde el estudiante aplique el conocimiento aprendido.

Debe dar respuestas a las necesidades educativas de los alumnos (diagnóstico), todo lo cual se pondrá de manifiesto en su formulación y control. Estas necesidades a las que dará respuesta, deben estar en coherencia con las cualidades y valores a desarrollar en el objetivo formativo.

Debe ser concebida con una concepción integradora e interdisciplinaria.

Deben estar concebida en forma de sistema, de lo simple a lo profundo.

Deben garantizar en su concepción las exigencias didácticas de la clase desarrolladora.

Deben en sus exigencias (concepción), dar salida curricular al TPI de formación de valores, al trabajo con el programa directores de la revolución (usos de las nuevas tecnologías: video, software educativos, televisión educativa y la computadora) los ejes transversales: PAEME, Salud escolar, Medio Ambiente y el Trabajo Preventivo (drogadicción, alcoholismo, tabaquismo y prostitución).

La tarea docente, atendiendo a sus características, pueden presentarse en una clase de tres maneras diferentes. (SILVESTRE ORAMAS, 1999)

VARIADA: En el sentido que existan actividades con diferentes niveles de exigencias que conduzcan a la aplicación del conocimiento en situaciones conocidas y no conocidas, que promueven el esfuerzo y quehacer intelectual del escolar, conduciéndolo hacia etapas superiores de desarrollo.

SUFICIENTE: de modo que la propia actividad dosificada, incluya la repetición de un mismo tipo de acción, en diferentes situaciones teóricas o prácticas; las acciones a repetir serán aquellas que promuevan el desarrollo de las habilidades intelectuales, la apropiación del contenido de aprendizaje, así como la formación de hábitos.

DIFERENCIADA: de forma tal que se promuevan actividades que den respuesta a las necesidades individuales de los escolares, según los diferentes grados de desarrollo y preparación alcanzados.

La tarea docente, según (Alonso BETANCOURT, 2004) se estructura de una serie de componentes didácticos. Ellos son:

Objetivo: Habilidad ¿qué van a hacer los estudiantes?; Conocimiento ¿qué van a saber?; Nivel de profundidad ¿hasta dónde lo van a hacer?; Nivel de sistematicidad ¿en qué orden lógico lo van a hacer?; Intencionalidad educativa ¿qué cualidades, valores, aptitudes, sentimientos, motivaciones desarrollar en la personalidad del estudiante?

Nivel de desempeño cognitivo para el que ha sido concebida (I, II o III). Indicar de manera diferenciada y según el diagnóstico cognitivo de los estudiantes, para cuál de ellos estará dirigido.

El método de enseñanza fundamentalmente se trabaja por tres métodos²:

El explicativo – ilustrativo.

La elaboración conjunta

El trabajo independiente.

La situación de aprendizaje: es decir, la tarea que deberá realizar el estudiante mediante la clase. Por tanto, el profesor en la tarea docente deberá concebir situaciones del aprendizaje en las cuales instruya, eduque y estimule el desarrollo del pensamiento lógico del estudiante ya sea en la formación de conceptos, juicios y/o razonamiento. El profesor durante la orientación de la tarea docente deberá buscar la vía de que el estudiante aplique algunas categorías de la lógica dialéctica.

El procedimiento: es decir, como desarrollar el método a emplear en la clase, a través de una secuencia lógica de actividades del profesor y el alumno. Es importante precisar en esa secuencia lógica, como se le da tratamiento en la situación de aprendizaje concebida por el profesor, al trabajo con los programas de la revolución, directores, el trabajo político ideológico de formación de valores, al desarrollo de habilidades lógicas y los ejes transversales. Esto estará en correlaciones con las cualidades y valores declaradas en el objetivo. Por otra parte, se tendrá en cuenta por su concepción, las características que debe reunir la tarea.

Los medios de enseñanza de los que deberá auxiliarse el profesor para la realización de la tarea: Libros, hojas didácticas, láminas, maquetas, objetos reales, pizarrón, material bibliográfico, video, computadora, televisor, retro proyector, entre otros.

La evaluación que indica cómo evaluar a los estudiantes durante la clase (lo cual no quiere decir que sea todos). Para ella se recomienda emplear las técnicas de evaluación conocidas, tales como: preguntas orales, escritas y pruebas de actuación. Al contrario de la evaluación tradicional, la práctica de la evaluación en el aprendizaje desarrollador deberá estar atenta a los modos de superación y al establecimiento de la autonomía del educando, pues el nuevo modelo social exige la participación democrática de todos.

Seguidamente se hace referencia a sus fundamentos:

La orientación del estudio para el alumno resulta de primordial importancia para el éxito en el aprendizaje, lo cual le permite conocer cómo enfrentarse al material de estudio, tanto en su actividad independiente fuera de la clase, como su actividad ante la presentación del nuevo contenido del que deberá apropiarse.

La atención diferenciada es aquella que da respuesta a las necesidades individuales de cada alumno para el logro de su aprendizaje, educación y desarrollo. Es decir, corresponde a todos los educandos, a cada cual, según sus necesidades y posibilidades, tratando de llevarlo a la consecución de los objetivos propuestos.

En la elaboración de las tareas para el trabajo práctico- creativo de los alumnos hay que tener en cuenta los requisitos por los cuales se deben regir cada una de las tareas que lo forman. La autora concibe sus tareas, en el presente trabajo, con el fin de desarrollar la independencia cognoscitiva creadora de los alumnos, se elaboraron tomando en consideración los requisitos siguientes:

Las tareas docentes se ajustan a los contenidos de la asignatura Elementos de Economía y Legislación Laboral que aparecen en os programa vigente. La actividad debe darle la posibilidad al alumno para profundizar ilimitadamente en los contenidos, según las posibilidades y el deseo de este.

Las tareas docentes elaborada, siempre que el contenido lo permita, parten de situaciones de la vida cotidiana, donde el alumno pueda apreciar las amplias posibilidades de aplicación del contenido a la vida práctica. Esto refuerza el carácter motivacional de la actividad.

Las tareas docentes son suficientemente estimulantes para los alumnos, de manera que les permita entregarse de forma activa y consciente a su solución.

Las tareas docentes posibilitan en los alumnos que se sienta motivados por ella; es decir, que les guste, les ilusione, les entusiasme, porque es solo entonces, que adoptarán frente a ella una actitud espontánea.

Las tareas docentes que se elaboraran de forma tal que reflejen, en mayor o menor medida, los rasgos de la actividad cognoscitiva independiente creadora.

Las tareas docentes tienen un carácter productivo y no reproductivo, de manera que inciten al alumno a reflexionar y poner en función sus conocimientos y capacidades, a la vez que se desarrollan en un plano cualitativa mente superior.

Las tareas docentes se elaborarán tomando en consideración el incremento gradual de su complejidad, así como el grado de dificultad. Para ello fue necesario prever en cada tarea diferentes niveles de ayuda en correspondencia con las particularidades individuales de los alumnos.

En el diseño de las tareas docentes debe asegurarse la estrecha vinculación entre los nuevos conocimientos y los adquiridos con antelación.

1.3 Caracterización de la asignatura Marketing de los Servicios en el IP “26 de junio” de Moa.

La escuela politécnica tiene la responsabilidad de garantizar una sólida formación básica que tribute a la apropiación de una cultura general e integral y le permita al joven continuar otros estudios y, en coordinación y cooperación con la entidad laboral, de aportar la mayoría de los conocimientos técnicos que el estudiante necesita, lograr el desarrollo de habilidades prácticas a través de las asignaturas diseñadas con este fin y trabajar por la formación de las esferas afectivas y volitivas del estudiante. La entidad laboral tiene la responsabilidad de complementar el desarrollo de habilidades profesionales e influir también, desde las posibilidades educativas del proceso productivo y de sus trabajadores, en las esferas afectivas y volitivas del estudiante.

A partir del estudio de aspectos esenciales de la Teoría Marxista Leninista del Estado y el Derecho, así como de elementos del Derecho de Propiedad, la asignatura Marketing de los Servicios aborda cuestiones legales que se presentan en la actividad económica y financiera de las empresas por ello en la misma se estudian elementos de derecho

que regulan las diferentes actividades de las empresas tanto estatales, mixtas y privadas.

En sentido general el programa de la asignatura Marketing de los Servicios desempeña un importante papel en la formación profesional e integral de los estudiantes, y sirve de soporte legal al resto de las asignaturas pertenecientes a la familia de especialidades: "Contabilidad". Cuenta con un total de 120 horas lectivas. La asignatura se evalúa por el Grupo II (Las que realizan evaluaciones sistemáticas y parciales y emplean trabajos investigativos y actividades prácticas. Su otra forma para la evaluación final.)

Objetivos generales de la asignatura.

Elementos de la mercadotecnia es una de la asignatura del plan de estudio de las especialidades de servicio que, por su importancia, debido a que contribuye a lograr un nuevo enfoque en la comercialización y la prestación de servicio donde la ratificación de las necesidades es su fin ocupa un lugar cimero en esta esfera.

Este programa posee un ordenamiento lógico que asegura la interdependencia entre los elementos que la componen y está dirigido a lograr una mejor proyección en la asimilación de los conocimientos de los estudiantes además de procedimientos y estrategias que componen habilidades en la asignatura y el pensamiento adquieran también otras que tienen que ver en la planificación, control y evaluación, contribuyendo de este modo a un comportamiento más reflexivo y regulador que permita la formación de sentimientos, valores y normas apropiándose en conocimiento en forma activa.

PLAN TEMÁTICO

Para aplicar a los alumnos que ingresen a partir del curso escolar 2009-2010.

Asignatura: Marketing de los servicios

Nivel: Primero

Semanas lectivas: 40

Frecuencia semanal: 3 hora/clases

Total, de horas de la asignatura: 120 horas

Fecha de elaboración: junio 2009

Fecha de aplicación: A partir del curso 2009-2010

Marketing de los Servicios				
Unidades	Temáticas	T	P	Total de Horas
1	Elementos Básicos del Marketing	6	2	8
2	Investigación del Mercado	6	3	9
3	Sistema de Marketing	2	3	5
4	Marketing Operativo	11	4	15
5	Merchandising	10	4	14
6	Marketing de los servicios	11	6	17
7	Introducción al turismo	10	-	10
8	Tipos y formas de la Clasificación del Turismo	6	4	10
9	El producto turístico cubano	24	8	32
Total		86	34	120

Tema 2. Investigación de mercado

Objetivo: Explicar y diferenciar los métodos de investigación del mercado

Conocimientos: Importancia del vendedor como fuente de inspección, los mercados en correspondencia en la con la pirámide de maslow, saber en qué consiste el SIM, el concepto de mercado. Diferenciar los métodos de investigación del mercado, así como

la definición segmento de mercado, sus etapas, tipos de regimentación, criterios de segmentación de mercado de consumidores y mercado industrial.

Orientaciones metodológicas:

Se deberá conocer que el producto deberá diseñar y producir bienes que satisfagan las necesidades del de los consumidores para lo que se apoyan en los conocimientos del marketing y una de las herramientas que posee en este sentido es la investigación de mercado.

En este capítulo se exponen nociones sobre el sistema de información del marketing, la investigación del mercado como fuente de este sistema y los métodos fundamentales de obtención de información. Se expone además los diferentes niveles de necesidades humanas dado por maslow en la pirámide de marketing, incluye la segmentación de mercado, tipo, criterios y etapas de segmentación.

Caracterización del Técnico Medio en Comercio

Formar un Técnico Medio que posea:

Una cultura general e integral para mantener una actitud consecuente ante la vida, caracterizada por su incondicionalidad con la Revolución y el Socialismo, reflejada en valores tales como: alta combatividad revolucionaria, patriotismo, solidaridad humana, colectivismo, laboriosidad, disciplina, tenacidad, independencia, responsabilidad, creatividad, valores éticos y estéticos, todo ello bajo la concepción científica del mundo y de los principios de la Revolución.

Una formación profesional básica y específica que le permita enfrentar la atención al cliente, con un servicio de excelencia, mediante el dominio y la aplicación de la ética requerida por este profesional.

Un conocimiento sólido que contribuya a enfrentar el desarrollo de nuevas estructuras e instalaciones de comercio, teniendo en cuenta los retos del siglo XXI.

Una formación ética, partiendo del amor al trabajo, de un alto desarrollo profesional y de espíritu de consagración que permita desempeñarse como un profesional de calidad acorde con las normativas vigentes.

El Técnico Medio en Comercio, posee una sólida preparación con una cultura general y profesional que le permite enfrentar los problemas de su profesión, analizar situaciones y tomar decisiones, tener iniciativas y buscar alternativas, para ello:

Notificar y realizar reclamaciones de mercancías.

Dominar el proceso de recepción, almacenamiento y distribución de productos.

Aplicar el valor de uso de las mercancías que oferta, participa en la decoración en vidrieras y estanterías del establecimiento con productos que oferta.

Dominar las técnicas del tratamiento psicológico al cliente; atiende a la población como dependiente de productos industriales y alimenticios.

Clasifica y señala las mercancías antes de ser ofertadas; domina las técnicas de ventas para mayor satisfacción del consumidor.

Realizar el cierre de operaciones en la entidad; domina las técnicas de pesaje, empaque y embalaje.

Mantener la higiene y normas de protección requeridas y participa en el control y cumplimiento de las disposiciones administrativas vigentes y aplica las medidas contra protección de incendios.

Los Objetivos Generales en la Formación del Técnico Medio

Una cultura General integral, para mantener una actitud consecuente ante la vida, caracterizada por su incondicionalidad con la Revolución y el Socialismo, reflejada en valores tales como: alta combatividad revolucionaria, patriotismo, solidaridad humana, colectivismo, laboriosidad, disciplina, tenacidad, independencia, responsabilidad,

creatividad, valores éticos y estéticos, todo ello bajo la concepción científica del mundo y de los principios de la revolución.

Una formación profesional básica y específica que le permita enfrentar los procesos económicos, mediante el dominio y la aplicación de tecnologías de avanzada.

Fortalecer valores tales como la creatividad, la independencia, la integridad, la objetividad, la imparcialidad, el rigor científico-técnico, la responsabilidad social, la solidaridad, el colectivismo y el respeto a la profesión, conformando las características éticas sin las cuales el profesional de la contabilidad no podría ejercer.

Desarrollar hábitos relacionados con la claridad, la corrección de la escritura, la pulcritud en el registro y control de los hechos económicos, la impecabilidad en los análisis contables y en la presentación de los resultados, haciendo énfasis en los valores estéticos que le deben caracterizar.

Un conocimiento sólido que le permita enfrentar el desarrollo tecnológico acelerado, los cambios del entorno, los retos del siglo XXI y los cambios que surjan en el sistema contable, evidenciando la capacidad de utilizar la ciencia y la técnica en función del desarrollo económico, político y social.

La formación ética del contador, partiendo del amor al trabajo, de un alto desarrollo profesional y de un espíritu investigativo, que le permita desempeñarse como profesional con la calidad requerida y acorde con las normativas vigentes.

Objetivos del primer año del Técnico Medio en Comercio

Fomentar la motivación profesional y valores de: laboriosidad, honestidad, honradez, responsabilidad, sensibilidad humana, solidaridad, patriotismo, intransigencia, incondicionalidad y antiimperialismo, bajo la dirección del profesor general integral con el resto del colectivo de profesores.

Dominar preceptos de Historia, Cultura Política, Matemática, Español- Literatura, Idioma Extranjera y Educación Física, que le permita participar adecuadamente en la Defensa Civil del país.

Preparar a los estudiantes en las funciones y perfiles de las especialidades de la Familia de Servicios: Servicios Gastronómicos, Elaboración de Alimentos, Comercio y Servicio de Belleza.

Dominar aspectos generales relacionados con la Normalización, Calidad y protección al consumidor en el mundo actual.

Dominar las normas de cortesías.

Habilidades profesionales

Aplicar elementos del Marketing a la actividad de los servicios.

Aplicar elementos generales de la contabilidad y de la estadística en la toma de decisiones.

Mantiene buena presencia personal y practica las normas de cortesías.

Domina las técnicas de tratamientos psicológicos al cliente y las normas de protección al consumidor.

1.4 Diagnóstico del estado actual del aprendizaje de los estudiantes 1. Año de Comercio en el IP 26 de junio.

El diagnóstico es un proceso que permite conocer la realidad educativa de los estudiantes y poder concebir estrategias de acciones para transformarla en pos de contribuir a su crecimiento personal.

En esta investigación se centró el diagnóstico en el estado actual de la apropiación y aplicación de los contenidos del programa de la asignatura Marketing de los servicios, entendiéndose el contenido como aquella parte de la cultura general integral que debe

ser objeto de apropiación por parte del estudiante, la cual se expresa en conocimientos, habilidades y valores requeridos en la personalidad de cada estudiante, lo cual le confirió mayor riqueza cualitativa a este proceso.

Para el desarrollo de la investigación resultó imprescindible el trabajo con una Población: 28 estudiantes del primer año de Técnico Medio en Comercio, 4 docentes del centro politécnico “26/Junio” del municipio Moa.

Muestra: 25 estudiantes del primer año de Técnico Medio en Comercio, 4 docentes.

La valoración de las principales insuficiencias que presentan los estudiantes en el aprendizaje del Marketing de los Servicios se realiza fundamentalmente sobre la base de la información recogida en:

El análisis realizado por los autores que han abordado la problemática del aprendizaje en el contexto de la ETP.

Los informes de los resultados de los trabajos de controles parciales realizados sobre la asignatura Marketing de los Servicios.

Los informes de las visitas a clases de la asignatura Marketing de los Servicios.

Los registros de las Ayudas Metodológicas efectuadas a nivel provincial, municipal y de centro.

A continuación, se presentan las acciones realizadas para llevar a cabo este proceso de diagnóstico.

Se revisaron documentos normativos del MINED, relacionadas con la RM/200/2014 sobre el Reglamento del trabajo metodológico de la ETP.

Se aplicó un diagnóstico (Prueba Pedagógica) para evaluar el estado del aprendizaje de la Unidad 2 Investigación de Mercado I” de la asignatura Marketing de los Servicios (anexo 1).

Se entrevistaron a 4 docentes que imparten la asignatura en el IP 26 de Junio de Moa. (Anexo 2)

Se encuestaron a 25 estudiantes tomados como muestra para la investigación. (Anexo 3)

Se observaron 4 clases de la Unidad 2 Investigación de Mercado". (Anexo 4)

Se revisaron los planes de clases de los 4 profesores que imparten la asignatura. (Anexo5)

A continuación, se describe el resultado obtenido de cada uno de los instrumentos aplicados que corroboran con los resultados del diagnóstico en esta etapa de realización del trabajo final.

Para comprobar los conocimientos que poseen los estudiantes, la prueba aplicada contó con 3 preguntas de contenido de la Unidad 2 de la asignatura Marketing de los servicios; tenían que utilizar las habilidades de identificar, explicar y argumentar.

Aprobaron el control aplicado 13 estudiantes de los 25 presentados en el grupo 1CE2, lo que representa un 52 %.

Se realizó un análisis del comportamiento de las habilidades de la Unidad 2 Investigación de Mercado de la asignatura Marketing de los servicios para determinar el dominio que poseen los estudiantes de cada una, llegando a las siguientes conclusiones:

Presentaron dificultad en identificar las etapas del Ciclo de vida del producto un total de 12 estudiantes, que representa un 48%.

En explicar las diferencias entre el enfoque de Marketing y de ventas 11 estudiantes que representa un 44%.

En argumentar la importancia del Marketing en la actualidad 9 estudiantes que representa el 36%.

Del anterior análisis se concluye:

Existe un bajo nivel de desarrollo de los estudiantes para el trabajo con las habilidades a través de las tareas docentes en la Unidad 2 Investigación de Mercado Presentan dificultades al dar respuestas a las tareas que en algunos casos fueron parciales (medios) y en otras situaciones no llegan a la solución correcta (bajo).

Necesitan mucho tiempo para resolver las tareas porque no tienen formadas las habilidades de mencionar, analizar y explicar.

Entrevista a profesores:

Se entrevistaron un total de 4 profesores, los resultados más significativos fueron los siguientes:

El promedio de años de experiencia en la docencia de los cuatro profesores que imparten la asignatura es aproximadamente de 4 años.

De un total de cuatro profesores, tres consideraron que Regular, para un 75 % y el resto lo evaluaron de mal, para un 25 %. Las razones fundamentales estuvieron referidas a los siguientes aspectos:

Pobre motivación de los estudiantes hacia los contenidos de la asignatura.

Insuficiente vinculación de los contenidos de la Unidad 2 Investigación de Mercado de la signatura Marketing de los servicios, con la especialidad Técnico Medio en Comercio.

Aunque en el indicador se le ofrecieron tres posibilidades, cuatro profesores coincidieron que la Unidad 2 Investigación de Mercado. es la que presenta mayor dificultad, debido al insuficiente uso de la concepción de las tareas docentes desde un enfoque desarrollador y a la deficiente orientación del trabajo independiente como

aspecto fundamental para el desarrollo de la independencia cognoscitiva en los estudiantes. De un total de cuatro profesores, todos consideraron que Regular, para un 100 %. La razón fundamental estuvo referida al siguiente aspecto: De los cuatro profesores que imparten la asignatura Marketing de los servicios, ninguno de ellos se encuentra cursando maestrías u otra modalidad de la Educación de Postgrado y dos de ellos son profesionales en formación. Por lo que carecen de preparación científico-metodológica y de una formación pedagógica que les permita enfrentar el proceso de enseñanza-aprendizaje de una manera efectiva y lograr las transformaciones necesarias en el componente instructivo, educativo y desarrollador de acuerdo al plan de estudio y al modelo del profesional que se aspira en la ETP.

Encuesta a estudiantes

Se encuestaron un total de 25 estudiantes del 1er año de la especialidad de Comercio.

El resultado obtenido fue el siguiente:

De un total de 25 estudiantes encuestados, 4 manifestaron Sí que conocen los objetivos, para un 16 %; 20 manifestaron No, para un 80 % y 13 manifestaron que, En parte, para un 52 %.

De un total de 25 estudiantes, 7 la consideraron de Muy buena, para un 28 %, 10 la consideraron de Buena, para un 40%; 16 la consideraron de Regular, para un 64 % y 4 la consideraron de Mala, para un 16%. La causa fundamental estuvo dirigida a la poca motivación hacia la especialidad y la orientación y realización de estrategias de aprendizaje efectivas.

De un total de 25 estudiantes, ninguno lo consideró de Muy bueno; 4 consideraron de Bueno, para 16%, 9 consideraron de Regular, para un 36 % y 24 consideraron de Malo, para un 96%. Las razones son las mismas causas que las preguntas anteriores.

De un total de 25 estudiantes, ninguno la consideraron de Muy buena, 2 consideraron de Buena, para un 8%; 11 consideraron de Regular, para un 44 % y 22 consideraron de

Mala, para un 88 %. Las razones, además de ser las mismas que la primera pregunta, estuvieron referidas a:

Poca utilización de medios de enseñanza.

Pobre exigencia en la revisión de los estudios independientes orientados en clases.

_ Dificultades en las habilidades del pensamiento lógico, específicamente en las dirigidas a la formación de conceptos, juicios y razonamientos.

_ Insuficiente la concepción de situaciones de aprendizaje que les permita a los estudiantes la interpretación del significado de los contenidos que reciben en la asignatura para aplicarlos a la solución de problemas profesionales

_ Falta de preparación de los docentes en el diseño de tareas docentes para el trabajo independiente en las que instruyan, desarrollen y eduquen la personalidad del estudiante a partir del diagnóstico pedagógico desde lo individual y lo social.

Observación a clases

Con la finalidad de buscar posibles causas que estén atentando con el desarrollo eficiente del proceso de enseñanza-aprendizaje en la asignatura; se observaron un total de cuatro clases, relacionadas con la Unidad 2 Investigación de Mercado”.

Para ello se aplicó una guía de observación a clases (anexo 4).

Atendiendo al resultado que arrojo este instrumento, se pueden inferir lo siguientes resultados:

Los objetivos no se redactan atendiendo a una concepción formativa, debido a que no se le da seguimiento al diagnóstico pedagógico integral.

Aunque se reconoce dominio del contenido por parte de los profesores, el método que predomina es el explicativo ilustrativo; lo cual limita el papel activo de los estudiantes y la comunicación sujeto – sujeto y sujeto - objeto.

Es pobre la utilización de medios de enseñanza solo se trabaja con el pizarrón como herramienta de trabajo.

Se apreció en la mayoría de las clases observadas una correcta orientación del estudio independiente, pero no siempre se controlaba en clases, limitando el enfoque de sistema de las clases.

No se le da la oportunidad a que el estudiante exprese de forma oral la solución de los ejercicios.

En esta observación científica la atención diferenciada no estimula el tránsito a niveles superiores en los estudiantes, es decir, las tareas docentes en su mayoría son reproductivas.

Revisión del plan de clases

Para la revisión del plan de clases se preparó una guía de observación. El resultado se muestra en el (anexo 5).

Atendiendo al resultado que arrojo este instrumento, se pueden inferir los siguientes resultados:

Insuficiencias en la apropiación de los contenidos relacionados con la unidad por parte de los estudiantes.

Insuficiencias en las ayudas metodológicas realizadas al no accionar en las tareas docentes desde un enfoque desarrollador.

Insuficiente uso del Diagnóstico pedagógico integral de los estudiantes para la atención diferenciada a los estudiantes.

Insuficiente empleo de tareas docentes que estimulen el desarrollo del pensamiento lógico del estudiante: formación de conceptos, juicios y razonamientos; vinculados con la especialidad.

Atendiendo al resultado que arrojaron las preguntas de forma individual en cada uno de los instrumentos aplicados se pudo comprobar que los docentes cuentan con un profundo dominio del contenido de la asignatura, así como experiencia impartiendo la misma.

Como se puede apreciar este resultado se triangula con las entrevistas, encuestas, guías de observación a clases, revisión de los planes de clases, lo cual corrobora el problema sobre las insuficiencias en el aprendizaje de la Unidad 2 Investigación de Mercado de la Asignatura Marketing de los servicios dado como causas fundamentales: falta de preparación metodológica de los docentes, pobre motivación de los estudiantes por la especialidad y para aplicar tareas docentes desarrolladoras en el trabajo independiente, tareas reproductivas orientadas por los profesores, no se tenía en cuenta los niveles de aprendizaje de los estudiantes, pues, los principales indicadores afectados que revela la guía de observación se centran en los rasgos característicos de este tipo de aprendizaje.

Conclusiones del capítulo I:

1. La sistematización teórica y metodológica realizada sobre el PEA permitió precisar los elementos necesarios para favorecer la independencia cognoscitiva de los estudiantes.
2. Los autores consultados revelan la necesidad de perfeccionar el Proceso de Enseñanza Aprendizaje de la asignatura Marketing de los servicios para lograr los objetivos instructivos y educativos de la Enseñanza Técnica y Profesional.
3. La consulta de diferentes fuentes realizada por el autor permitió identificar concepciones teóricas y metodológicas necesarias para la elaboración de las tareas docentes desarrolladoras.
4. El estudio diagnóstico realizado favoreció la necesidad de continuar perfeccionando las tareas docentes que favorezcan un aprendizaje desarrollador.

CAPÍTULO II TAREAS DOCENTES DESARROLLADORAS PARA EL APRENDIZAJE DE LA UNIDAD 2" INVESTIGACIÓN DE MERCADO" DE LA ASIGNATURA MARKETING DE LOS SERVICIOS.

En este capítulo se presenta una propuesta de Tareas Docentes a partir de los presupuestos teóricos estudiados y asumidos para perfeccionar el trabajo independiente de los estudiantes en la asignatura Marketing de los Servicios que se imparte en el primer año del técnico medio en Comercio desde un enfoque desarrollador, y se realiza una exploración sobre la factibilidad de aplicación práctica de la propuesta elaborada.

2.1 Propuesta de tareas docentes.

En esta parte del trabajo se hace la propuesta de las tareas docentes para el aprendizaje de los contenidos de la Investigación de Mercado desde un enfoque desarrollador que se imparte a los estudiantes de 1 año de Técnico medio en Comercio.

Para la elaboración de estas tareas docentes se tuvieron en cuenta los siguientes elementos:

El programa de Marketing de los servicios.

El resultado del diagnóstico del aprendizaje de la Investigación de Mercado presentado en el epígrafe anterior del trabajo.

El criterio de profesores y especialistas de la Investigación de Mercado en el sector del Comercio en el municipio de Moa.

La aplicación del enfoque sistémico – estructural funcional

La experiencia profesional que se tiene como profesor en el tema.

Las concepciones teóricas asumidas en torno al aprendizaje desarrollador contextualizadas a la Investigación de Mercado.

A continuación, se presentan las tareas docentes propuestas:

TAREA DOCENTE 1

Tema: Historia de la Investigación de Mercado.

Objetivo: Identificar las características del surgimiento de la Investigación de Mercado, propiciando en los estudiantes la búsqueda independiente de los conocimientos, desarrollando la expresión oral y la interpretación de textos.

Situación de aprendizaje:

Consulte el material impreso denominado Conferencia sobre Investigación de Mercado para dirigentes y especialistas principales del autor Lic. Carlos Cabrera Ricardo consultor de CANEC. Luego de haber realizado un estudio pormenorizado de la Historia de la Investigación de Mercado. Conteste las preguntas siguientes:

- 1.- ¿Cuáles fueron los rasgos más esenciales que caracterizaron, por etapas, el surgimiento y desarrollo de la Investigación de Mercado?
- 2.- ¿Qué ventajas aportaron para el Mercado cubano la aparición de los computadores electrónicos?
- 3.- Compare a través de ejemplos la aplicación de la Investigación de Mercado en los primeros años del triunfo de la Revolución con la época contemporánea.

Método: Trabajo independiente por equipos.

Procedimientos:

El profesor organiza a los estudiantes por equipos de acuerdo a los niveles de desempeño para la realización del trabajo independiente.

Crear 3 subgrupos de acuerdo a las preguntas formuladas.

Se comienza con la exposición de un estudiante seleccionado por cada subgrupo.

Al finalizar las 3 exposiciones los estudiantes podrán opinar, dar sus criterios y profundizar en algunos aspectos que así lo requieran.

El profesor podrá controlar durante la realización de la tarea y mediante la observación.

la responsabilidad y laboriosidad que manifiesta el estudiante.

el desarrollo de habilidades en la lectura, redacción de textos, poder de síntesis con el énfasis en las características de la Investigación de Mercado a partir de 1910 a 1920 con el surgimiento formal de la Investigación de Mercado en 1919 en la Universidad de Chicago.

el desarrollo del trabajo en equipo para fomentar una cultura de colectivo en la apropiación, debate y reflexión de las mejores ideas en el trabajo grupal.

la atención a las diferencias individuales tanto por el profesor como por los alumnos más aventajados.

Evaluación: Se podrán utilizar, preguntas orales, a través de la autoevaluación, la coevaluación y la unidireccional según lo estipule el profesor.

Medios de enseñanza: Pizarrón, láminas y materiales didácticos.

TAREA DOCENTE 2

Tema: Objetivos de la Investigación de Mercado.

Objetivo: Explicar los objetivos de la Investigación de Mercado en nuestro país fomentando una cultura tecnológica y económica, la formación de valores como la dignidad y responsabilidad en la aplicación de la economía de mercado.

Situación de aprendizaje:

El profesor orienta a los estudiantes realizar una lectura comentada de los objetivos de la Investigación de Mercado que aparecen en el material impreso entregado.

Luego los estudiantes responderán las preguntas siguientes:

- 1.- ¿Qué significa conocer las necesidades y deseos de los clientes potenciales y reales?
- 2.- ¿Por qué es importante determinar las fortalezas y debilidades de los competidores, así como las amenazas y oportunidades nuestras?
- 3.- ¿Explicar el impacto que tienen para la organización tomar decisiones con un alto grado de efectividad?

Método: Trabajo independiente por equipos.

Procedimientos:

El profesor organiza a los estudiantes en equipos de 10 estudiantes.

El profesor podrá encontrar durante la realización de la tarea y mediante la observación: la responsabilidad y laboriosidad que manifiesta el estudiante.

el desarrollo de una cultura tecnológica y económica al evidenciarse que la introducción de la Investigación de Mercado en Cuba forma parte de una estrategia comercial para

poder identificar las principales necesidades y deseos de los clientes potenciales y reales y ayudará a satisfacerlos.

el desarrollo de habilidades de la lectura, interpretación de textos, con énfasis en la explicación de los de la Investigación de Mercado a través de ejemplos de la práctica comercial.

La atención a las diferencias individuales de los estudiantes con el apoyo del movimiento monitorial.

Evaluación: Se podrán utilizar, preguntas orales y escritas.

Medios de enseñanza: Pizarrón, folleto de consulta y láminas.

TAREA DOCENTE 3

Tema: Importancia de la Investigación de Mercado.

Objetivo: Argumentar la importancia de la Investigación de Mercado en los momentos actuales del desarrollo del Comercio, favoreciendo la formación de valores como la disciplina, responsabilidad, laboriosidad, la interpretación y comprensión de textos.

Situación de aprendizaje:

Realice una lectura comentada del material entregado y responda lo siguiente:

- 1.- ¿Qué significa tener información del Mercado?
- 2.- ¿Por qué es importante estudiar la posición de los productos en el Mercado?
- 3.- ¿Qué relación existe entre la información y la toma de decisiones efectivas a la hora de introducir o mejorar un negocio en el Mercado?

4. Argumente la siguiente afirmación: “la Investigación de Mercado se ha convertido en un valioso instrumento de obtención de información para la toma de decisiones estratégicas.”

Método: Trabajo independiente por equipo.

Procedimientos:

El profesor orienta que el grupo se dividirá en tres equipos de trabajo.

Se expondrá el trabajo por un estudiante seleccionado en cada equipo, dando preferencia a los estudiantes de menor aprendizaje.

El profesor podrá controlar durante la relación de la tarea y mediante la observación.

la responsabilidad, laboriosidad y disciplina demostrada por los estudiantes.

la interpretación y comprensión de textos con énfasis al porqué de los estudios y conocimiento del mercado, a los argumentos sólidos sobre el posicionamiento de los productos y a establecer relaciones entre la información y la toma de decisiones para solucionar problemas de Mercado.

Evaluación: Se podrá realizarse a través de preguntas orales y escritas con la autoevaluación, la coevaluación y la evaluación unidireccional.

Medios de enseñanza: Pizarrón, material de consulta y láminas.

TAREA DOCENTE 4

Temas: El vendedor como fuente de información. Definición de sistema de información de Mercado.

Objetivo: Valorar la importancia que tiene el vendedor como fuente de información en el logro de un proceso de decisión de compra efectivo, favoreciendo a interpretación de texto, la comprensión, y el poder de síntesis en los estudiantes.

Situación de aprendizaje: Consulte el libro de Marketing y responda las preguntas siguientes:

- 1.- ¿Cómo debe ser un vendedor profesional para la actividad de comercio?
- 2.- ¿Por qué es esencial para un vendedor profesional dominar el sistema de información de Mercado?
- 3.- Valora la importancia que tiene la gestión del vendedor en el éxito del proceso de decisión de compra.

Método: Trabajo independiente y elaboración conjunta combinado.

Procedimientos:

El profesor orienta a los estudiantes realizar un estudio individual de los contenidos fundamentales sobre el papel del vendedor como fuente de información y de la definición del sistema de información de Mercado.

El profesor orienta la realización de un taller donde aplicando algunas técnicas de Brainstorming (tormenta de ideas) con la variante rueda libre, los estudiantes expondrán sus ideas estudiadas en el libro de consulta.

El profesor seleccionará un estudiante como facilitador y otro como registrador para lograr un mejor debate y reflexión sobre los contenidos estudiados.

El profesor podrá controlar durante la realización de su tarea y mediante la observación:

la interpretación de textos, la comprensión y el poder de síntesis en los estudiantes, haciendo énfasis en las relaciones que deben establecerse entre vendedor profesional, formación y toma de decisiones.

la valoración a partir de estudiar como un sistema los elementos que componen el concepto del sistema de información de Mercado para contar con una base de datos del Mercado tanto de clientes internos como externos.

el profesor estimulará a los estudiantes que participen en el taller a través de una calificación efectiva.

Evaluación: Se podrán utilizar preguntas orales, a través de la autoevaluación, la coevaluación y la unidireccional.

Medios de enseñanza: Pizarrón, láminas y libro de Marketing.

TAREA DOCENTE 5

Tema: Definición de Investigación de Mercado. Métodos de la Investigación de Mercado en el punto de venta: observación, entrevistas y encuestas.

Objetivo: Valorar el concepto de Investigación de Mercado en un contexto propicio para la solución de un problema concreto de marketing, desarrollando la comprensión e interpretación de conceptos, juicios y razonamientos, los valores de disciplina y responsabilidad, fomentando la independencia cognoscitiva en los estudiantes en la aplicación de los Métodos de la Investigación de Mercado.

Situación de aprendizaje:

Apoyándote en la revista Mercado del Centro para la promoción de las exportaciones en Cuba el número 10 de Junio – Agosto de Rosmary Balvín del año 1998, realice un análisis del concepto y de los métodos de la Investigación de Mercado y responda las siguientes interrogantes:

- 1.- ¿Qué elementos o ideas fundamentales componen la definición de Investigación de Mercado?
- 2.- ¿Qué relaciones se podrán establecer entre sí?
- 3.- Elabore con sus palabras el concepto de Investigación de Mercado.
- 4.- Valora la importancia que tiene el uso de la observación, las entrevistas y las encuestas para hacer una investigación de Mercado.

Métodos: Trabajo independiente por equipos

Procedimientos:

El profesor organiza el trabajo de los estudiantes por equipos, priorizando la atención a los estudiantes de menor nivel de aprendizaje.

El profesor se apoyará en la Técnica rueda libre del Brainstorming para la exposición de los tres equipos y utilizará a los monitores en la conducción de los debates.

El profesor podrá controlar durante la realización de la tarea y mediante la observación.

El desarrollo de habilidades en la lectura e interpretación de conceptos y textos, con énfasis en el concepto de Investigación de Mercado.

El desarrollo de la disciplina tecnológica, con énfasis en el dominio y uso correcto del vocabulario técnico al hacerse referencia a nuevos conocimientos que son aplicados en la práctica Comercial.

La responsabilidad y la disciplina en la aplicación consciente y creadora de los elementos de la Investigación de Mercado.

El grado de independencia cognoscitiva de los estudiantes en la aplicación de los Métodos de Investigación de Mercado.

Evaluación: Se podrán utilizar preguntas orales y escritas.

Medios de enseñanza: Pizarrón, láminas, Revista de Mercado.

TAREA DOCENTE 6

Tema: Elementos del Mercado que se deben conocer.

Objetivo: Explicar cuatro grupos de informaciones que permitan conocer el mercado de que se trate, fomentando la interpretación de textos, la expresión oral, la formación de

valores como la responsabilidad, laboriosidad y una cultura tecnológica y económica en los estudiantes.

Situación de aprendizaje:

En la práctica comercial, los especialistas de Marketing y Comerciales están necesitados de recibir información para profundizar y conocer mejor el Mercado.

En el libro Manual de Marketing general y de Servicios Turísticos aparece en el capítulo dos cuatro grandes grupos de informaciones que deben ser estudiados.

Realice una lectura comentada y responda las preguntas siguientes:

- 1.- ¿Qué es la producción, el consumo, capacidad de producción y distribución?
- 2.- ¿Qué relación puede establecerse entre los elementos anteriores?
- 3.- Explicar la importancia que tiene para una Empresa Comercial disponer de una información completa y exacta de los productos o servicios que oferta.

Método: Trabajo independiente por equipos

Procedimientos:

El profesor organiza el trabajo formando cuatro equipos y le encomienda a cada uno el estudio y debate de los cuatro tipos de informaciones.

El profesor se apoyará en la técnica de papel, entregándole a cada equipo una pregunta que responda a los tipos de informaciones que deben tenerse en cuenta.

El profesor podrá controlar durante la realización de la tarea y mediante la observación.

El desarrollo de habilidades en la lectura e interpretación de conceptos y textos, con énfasis en el concepto de producción, quienes producen, como lo producen, con que lo producen, necesidades, deseos, hábitos, áreas de ventas, almacenes, mayoristas.

El desarrollo de una cultura tecnológica con el uso de las nuevas tecnologías (uso de las computadoras y videos) para la recepción de informaciones, de análisis, interpretación y en la toma de decisiones.

La responsabilidad y laboriosidad demostrada por los estudiantes en el cumplimiento diario del deber, así como en la honradez a la hora de invertir cualquier información.

Evaluación: Se podrán utilizar preguntas orales y escritas.

Medios de enseñanza: Pizarrón, manual de Marketing y láminas.

TAREA DOCENTE 7

Tema: La Investigación de Mercado de Consumo e Industrial.

Objetivo: Caracterizar los mercados de Consumo e Industrial a partir de diferencias y semejanzas para el desarrollo de Investigaciones más efectivas, favoreciendo el desarrollo de la expresión oral y escrita, fomentar una cultura tecnológica y económica, y la formación de la responsabilidad y laboriosidad.

Situación de aprendizaje:

Consulte el folleto Conferencia sobre Investigación de Mercados para dirigentes y especialistas y realice una lectura comentada sobre las diferencias y semejanzas de los métodos y habilidades fundamentales de Investigación de Mercado.

Luego responda las preguntas siguientes:

- 1.- ¿Qué es el Mercado de Consumo e Industrial?
- 2.- ¿Existe relación alguna entre ambos mercados?
- 3.- ¿Caracterice los mercados de Consumo e Industrial a partir de sus diferencias y semejanzas?

Métodos: Trabajo independiente por equipos

Procedimientos:

El profesor orienta a los estudiantes el trabajo por equipos, priorizando la atención a los estudiantes de menor nivel de aprendizaje con el apoyo de los monitores.

El profesor aplicará la técnica del Brainstorming variante rueda libre con el propósito de que cualquier alumno pueda levantar su mano y participar.

Se estimulará a los estudiantes que más se destaquen y exhortará a los demás a que estudien conscientemente para su desarrollo futuro.

El profesor podrá controlar durante la realización de la tarea y mediante la observación:

El desarrollo de habilidades en la lectura e interpretación de textos, con énfasis en los conceptos de Mercado de Consumo e Industrial.

El desarrollo de una cultura tecnológica y económica al hacerse referencia a la necesidad de hacer estudios de mercado a partir de las prioridades y objetivos de ambos mercados con el uso de Metodologías científicas aprobadas en la práctica.

La responsabilidad y laboriosidad en el estudio y aplicación de los estudios de mercado de Consumo e Industrial.

Evaluación: A través de preguntas orales y escritas.

Medios de enseñanza: Pizarrón, láminas y folleto de Investigación de Mercado.

TAREA DOCENTE 8

Tema: Funciones específicas que deberá cumplir la Investigación de Mercado.

Objetivo: Explicar las funciones específicas de la Investigación de Mercado que permita una mejor efectividad en los resultados de las investigaciones, fomentando una cultura

tecnológica y económica, la expresión oral y escrita, así como la consolidación de la disciplina, responsabilidad y laboriosidad.

Situación de aprendizaje:

En una Unidad Comercial del Municipio Holguín el administrador solicita un especialista en Marketing para llevar a cabo una Investigación de Mercado.

Para ello el investigador necesita:

Conocer algunos elementos importantes de la Unidad.

Primero: Identificar las funciones de la Investigación de Mercado.

Segundo: La relación que existe entre estas funciones.

Tercero: Explicar cómo se ponen de manifiesto estas funciones en la investigación.

Se orienta como tarea para los estudiantes las siguientes:

Consulte el material impreso y realice una lectura comentada de las funciones específicas de la Investigación de Mercado y recomiende al investigador algunas ideas, después de responder las preguntas siguientes:

1.- ¿Qué significan los elementos describir, explicar, predecir y decisiones?

2.- Establece algunas relaciones entre los elementos anteriores.

3.- ¿Podrá el investigador hacer la investigación sin tener en cuenta estos elementos por separado? Argumente su respuesta

Métodos: Trabajo independiente por equipos

Procedimientos:

El profesor orienta a los estudiantes el trabajo por equipos, donde se formarán tres equipos.

Se tendrán en cuenta la participación y la aplicación coherente y precisa en las respuestas.

Se estimulará a los estudiantes que aporten nuevas ideas y formarán parte del equipo estrella del grupo.

El profesor podrá controlar durante la realización de la tarea y mediante la observación:

El desarrollo de habilidades en la lectura e interpretación de textos y conceptos, con énfasis en descripción, evaluación, explicación, predicción y decisiones.

El desarrollo de una cultura tecnológica y económica con énfasis en la aplicación de los métodos y técnicas del Mercado.

El afianzamiento de la responsabilidad, laboriosidad, y disciplina en el cumplimiento de los deberes estudiantiles.

Evaluación: Se aplicará una pregunta escrita relacionada con el entorno y micro entorno de la unidad.

Medios de enseñanza: Pizarrón, láminas y material impreso con los contenidos.

TAREA DOCENTE 9

Tema: Organización de la función de Investigación de Mercado en las corporaciones.

Objetivo: Explicar la organización de un departamento de Investigación de Mercado a partir de los requisitos de información de cada empresa, favoreciendo la cultura tecnológica y económica.

Situación de aprendizaje:

La creación de un departamento de Investigación de Mercado en las corporaciones ha sido una de las medidas fundamentales para una mejor organización de las investigaciones. Consulte el material impreso sobre la Investigación de Mercado y conteste las preguntas siguientes:

- 1.- ¿Qué se define por una Organización centralizada y descentralizada?
- 2.- Ponga un ejemplo de Organización centralizada y descentralizada
- 3.-Explica teniendo en cuenta las ventajas y desventajas de la Organización centralizada y descentralizada, la importancia que reviste la organización adecuada de un departamento de Investigación de Mercado.

Métodos: Trabajo independiente por equipos

Procedimientos:

El profesor orienta el desarrollo del trabajo en equipo, formando tres equipos, designa como jefes de equipos a los monitores.

Se orienta que la evaluación de los trabajos será realizada por un tribunal de estudiantes que se han destacado en la asignatura.

Se estimulará a los mejores equipos y estudiantes con diplomas de reconocimientos.

El profesor podrá controlar durante la realización de la tarea y mediante la observación:

El desarrollo de una cultura tecnológica y económica con énfasis al cumplimiento de los requisitos y exigencias de un departamento de Investigación de Mercado y al uso de las nuevas tecnologías.

Evaluación: Podrán realizarse preguntas orales y escritas.

Medios de enseñanza: Pizarrón, show de Power Point y material impreso.

TAREA DOCENTE 10

Tema: Estructura de organización de los departamentos de Investigación de Mercado.

Objetivo: Argumentar algunos criterios sobre la estructura organizacional de los departamentos de Investigación de Mercado, favoreciendo la formación de la disciplina, responsabilidad y laboriosidad y la expresión oral y escrita.

Situación de aprendizaje:

En la práctica organizacional, existe una estructura que responde a los objetivos y metas de la Unidad Comercial.

Se plantea que no existe una estructura definida como la mejor o la peor, pues, depende de algunos criterios a seguir.

Consulte el material impreso sobre la Investigación de Mercado y:

- 1.- ¿Qué es una decisión de Mercader?
- 2.- ¿Por qué la organización de la función de Investigación de Mercado desempeña un papel importante en las demandas de proyectos de investigación?
- 3.- Establezca una relación entre las funciones de la Investigación de Mercado y la estructura que podrá diseñarse a una Unidad Comercial.
4. Argumenta el siguiente planteamiento: se plantea que no existe una estructura definida como la mejor o la peor, pues depende de algunos criterios a seguir.

Métodos: Expositivo y elaboración conjunta.

Procedimientos:

El profesor orienta que el trabajo se desarrollará de manera individual con la ayuda de los monitores y estudiantes destacados en la asignatura.

El profesor estimulará la participación de los estudiantes que más se destaquen en la exposición.

El profesor podrá controlar durante la realización de la tarea y mediante la observación:

El fomento de la responsabilidad, disciplina y laboriosidad con énfasis en el cumplimiento de la disciplina estudiantil.

El fomento de la expresión oral y escrita cuando se hace referencia al estudio consciente de los criterios para definir una estructura organizacional.

El grado de independencia cognoscitiva de los estudiantes en la profundización de los conocimientos sobre la estructura organizacional y la Investigación de Mercado.

Evaluación: Se podrá utilizar preguntas orales y escritas.

Medios de enseñanza: Pizarrón, láminas y material impreso.

TAREA DOCENTE 11

Tema: La metodología de la Investigación de Mercado. Concepto. Pasos fundamentales.

Objetivo: Explicar el concepto de Investigación de Mercado a partir de los pasos fundamentales de la Metodología de la Investigación de Mercado, favoreciendo la cultura tecnológica y económica, la expresión oral y escrita y los valores de disciplina y responsabilidad.

Situación de aprendizaje:

Consulte el libro Manual de Marketing General y de Servicios Turísticos y realice un estudio profundo del concepto de Investigación de Mercado que aparece en la página 31 del Autor Aurelio López.

Luego realice una lectura comentada y responda las preguntas siguientes:

1.- ¿Cuáles son las ideas fundamentales contenidas en el concepto de Investigación de Mercado?

2.- ¿Qué relación existe entre las ideas contenidas en el concepto de Investigación de Mercado?

3.- ¿Explique a partir del concepto de Investigación de Mercado los pasos fundamentales de la metodología de la Investigación de Mercado?

Métodos: Trabajo independiente por equipos.

Procedimientos:

El profesor orienta la formación de tres equipos para realizar la tarea docente, la selección de un jefe para cada equipo.

El profesor orienta consultar el trabajo investigativo " Análisis de una metodología para el estudio del Mercado " realizado en el complejo La Central perteneciente a la corporación CIMEX realizado por un grupo de estudiantes para estudiar primero y luego explicar cómo el concepto de Investigación de Mercado está integrado con los pasos fundamentales de la metodología de la Investigación de Mercado.

El profesor estimulará la participación de los estudiantes en correspondencia con la calidad de las respuestas a las preguntas formuladas.

El profesor propone la elaboración de show de PowerPoint para exponer las tareas.

El profesor podrá controlar durante la realización de la tarea y mediante la observación:

El desarrollo de una cultura tecnológica y económica con énfasis en el contenido de la Resolución Económica del V Congreso del PCC relacionado con la eficiencia económica y cómo los estudiantes deben apropiarse y demostrar con conocimientos la utilización de la Metodología de la Investigación de Mercado con un enfoque científico y estratégico en la práctica Comercial.

La disciplina y responsabilidad demostrada en el cumplimiento de sus tareas tanto en el ámbito escolar como extraescolar.

Evaluación: Se aplicará una pregunta escrita al final de la realización de la tarea.

Medios de enseñanza: Pizarrón, show de Power Point y láminas.

TAREA DOCENTE 12

Tema: El posicionamiento. Concepto. Elementos de posicionamiento.

Objetivo: Valorar el concepto de posicionamiento y su relación con la competencia, desarrollando la formación de conceptos, expresión oral y escrita.

Situación de aprendizaje:

Consultar el libro Manual de Marketing General y de Servicios Turísticos de Aurelio López en la página 39 y realice un estudio profundo sobre el concepto de posicionamiento y los elementos que lo componen y:

- 1.- ¿Qué se define por el término posicionamiento?
- 2.- Establezca una relación entre los elementos que lo componen.
- 3.- ¿Qué relación existe entre Posicionamiento y Competencia?
- 4.- Valora la importancia de la utilización práctica del posicionamiento de los productos en una entidad comercial.

Métodos: Trabajo independiente.

Procedimientos:

El profesor orienta a los estudiantes realizar el trabajo de manera individual con el apoyo de los monitores.

El profesor orienta utilizar un pensamiento flexible en la interpretación de los conceptos, en la expresión oral y escrita con énfasis en los conceptos de Posicionamiento, Competencia, y segmento de Mercado.

El profesor controlará durante la realización de la tarea y mediante la observación:

La formación de conceptos y la expresión oral y escrita con énfasis en las relaciones que se establezcan entre los elementos abordados anteriormente y como se comprueba el dominio que tienen los estudiantes de la importancia que tiene posicionar un producto o servicio en el Mercado.

Evaluación: Podrá realizarse a través de preguntas orales y escritas.

Medios de enseñanza: Pizarrón y libro de Marketing

TAREA DOCENTE 13

Tema: Actividad práctica en la Unidad Escuela.

Objetivo: Explicar la aplicación práctica de la metodología de la Investigación de Mercado, desarrollando la expresión oral, escrita, la interpretación de conceptos, juicios y razonamientos, así como el desarrollo de la laboriosidad, la responsabilidad.

Situación de aprendizaje:

Realice una Investigación de Mercado a la Unidad Escuela, para ello debe responder primeramente las siguientes interrogantes:

- 1.- ¿Qué es la Investigación de Mercado?
- 2.- ¿Qué relación existe entre los elementos que componen la Metodología de la investigación de Mercado?
- 3.- Explique cómo resolver un problema concreto de Marketing con la aplicación de la Metodología de la Investigación de Mercado

Métodos: Trabajo independiente por equipos.

Procedimientos:

El profesor orienta la formación de 5 equipos de 6 estudiantes cada uno.

La exposición de los trabajos deberá realizarse utilizando un show de PowerPoint por un estudiante en representación del equipo.

Se estimulará por los resultados que se obtengan, seleccionando a los más destacados y entregando diplomas de reconocimiento.

El profesor controlará durante la realización de la tarea y mediante la observación:

La formación de conceptos, juicios y razonamientos con énfasis en el cumplimiento del reglamento escolar tanto interno como de la Unidad Escuela.

Evaluación: Se entregará una copia del trabajo con una puntuación de 50 puntos y 50 puntos de defensa del trabajo.

Medios de enseñanza: Pizarrón, show de PowerPoint y Láminas.

Con ello concluye la presentación de las tareas docentes que se proponen como resultado de la experiencia pedagógica del autor.

Atendiendo a lo expresado y analizado en el presente epígrafe se puede culminar el mismo planteando que al incorporar el tratamiento de tareas docentes para el aprendizaje desde un enfoque desarrollador de la Investigación de Mercado, se satisfacen exigencias actuales en la formación integral del Bachiller Técnico en Comercio, como una vía para lograr un mayor nivel de idoneidad en su modo de actuación profesional referido a la aplicación de la metodología establecida en las entidades laborales del Comercio en el territorio.

2.2 Valoración de la factibilidad de las tareas docentes.

Se expone la validación de los métodos y técnicas utilizadas en la elaboración de Tareas docentes para contribuir al mejoramiento de la Unidad 2 Investigación de Mercado " teniendo en cuenta el carácter desarrollador del aprendizaje en el contexto de la unidad, para ello se utilizó la consulta a especialistas (anexo 6) lo que permitió enjuiciar la pertinencia y aplicabilidad del estudio realizado.

Por medio de una encuesta se solicitó a los especialistas que emitieran sus criterios en relación con la objetividad y pertinencia de las tareas propuestas, actualidad de las tareas, correspondencia con las necesidades de la enseñanza de esta profesión; estructura de las tareas propuestas, contribución al mejoramiento del nivel de aprendizaje de los estudiantes y la conformidad con las tareas y orientaciones metodológicas propuestas entre otros aspectos sometidos a la valoración.

Se seleccionaron 10 especialistas, con las siguientes características:

Actividad que desempeñan Cantidad

Subdirectores docentes 2

Profesores de la especialidad 4

Profesores Universidad y Sedes Municipales 2

Metodólogos municipal y provincial 2

Experiencia en la actividad

Más de 20 años 2

De 20 a 10 años 6

Menos de 10 años 2

Los resultados obtenidos en la consulta con los especialistas se plantean en el (anexo 6)

Aspecto1

De 10 especialistas 10 consideraron muy adecuado las tareas docentes desarrolladoras introducidas en el Proceso de Enseñanza Aprendizaje, que representa un 100%.

Aspecto 2:

	MA	%	B A	%	A	%	PA	%	NA	%
Temas	-	-	8	80,0	-	-	-	-	-	-
Objetivos	10	100	-	-	-	-	-	-	-	-
Situación de aprendizaje	9	90,0	-	-	-	-	-	-	-	-
Métodos	8	80,0	-	-	-	-	-	-	-	-
Procedimientos	7	70,0	-	-	-	-	-	-	-	-
Medios	-	-	6	60,0	-	-	-	-	-	-
Evaluación	8	80,0	-	-	-	-	-	-	-	-

De 10 especialistas 8 consideraron los temas bastantes adecuados para un 80,0 %.

De 10 especialistas 10 consideraron los objetivos muy adecuados para un 100%.

De 10 especialistas 9 consideraron la situación de aprendizaje muy adecuado para un 90,0%.

De 10 especialistas 8 consideraron los métodos muy adecuados para un 80,0%.

De 10 especialistas 7 consideraron los procedimientos muy adecuados para 70,0%.

De los 10 especialistas 6 consideraron los medios bastante adecuado para 60,0%.

De los 10 especialistas 8 consideraron la evaluación muy adecuado para un 80,0%.

Aspecto 3

De 10 especialistas 9 que representa el 90.0% consideraron que las tareas docentes desarrolladoras elaboradas responden al enfoque en sistema.

Aspecto 4

A) Los 10 especialistas que representa el 100% consideraron que las tareas docentes desarrolladoras mejoraron la preparación y la calidad de las clases de los profesores.

B) Los 10 especialistas que representa el 100% consideraron que se elevaron los resultados del aprendizaje escolar.

C) Los 10 especialistas que representa el 100% consideraron la mejoría en la atención diferenciada de los estudiantes de acuerdo a los niveles de desempeño cognitivo.

Aspecto 5

El 100% de los especialistas consideraron necesario la implementación de las tareas docentes desarrolladoras en el Proceso de enseñanza aprendizaje de la asignatura Marketing de los servicios que se imparte a los estudiantes de 1. Año del Técnico Medio en Comercio, porque ha permitido elevar el nivel de aprendizaje de los estudiantes a partir de la preparación metodológica de los profesores, la motivación por la asignatura, su creatividad, la atención diferenciada a los mismos por niveles de desempeño cognitivo, la independencia cognoscitiva a través del trabajo independiente, así como el logro de una dirección más acertada y objetiva de los niveles de profundidad y de sistematicidad de los contenidos y habilidades.

Conclusiones del capítulo 2:

En el Capítulo se ofrece la solución del problema científico desde el análisis crítico de la bibliografía consultada y de otras fuentes de información, que permiten introducir y argumentar las tareas docentes para favorecer el aprendizaje de los estudiantes. El proceso de valoración de la pertinencia de las tareas docentes en la asignatura Marketing de los servicios, demostró mediante la consulta a especialistas, que con su aplicación se pueden obtener logros en el desarrollo del aprendizaje, contribuyendo con ello a la solución del problema detectado en el estudio diagnóstico realizado.

CONCLUSIONES

Una vez culminado el trabajo realizado se arriban a las siguientes conclusiones:

Para lograr resultados eficientes en la formación laboral de los egresados, constituye un imperativo emplear a través de la clase estilos de aprendizaje desarrollador centrados en el estudio y el trabajo independiente del estudiante, logrando una unidad dialéctica entre las categorías: INSTRUCCIÓN – EDUCACION – DESARROLLO.

El conjunto de tareas docentes proyectado para la unidad ha sido concebido tomando como sustentos teóricos: la teoría de dirección del aprendizaje desarrollador, el perfil del egresado de Comercio, las exigencias didácticas del programa de la asignatura Marketing de los servicios y el diagnóstico pedagógico integral del estudiante.

Con la inserción de las tareas docentes desde un enfoque desarrollador, concebidas a partir del enfoque sistémico – estructural funcional, se logró al mejoramiento de la Unidad 2 que se imparte en la asignatura Marketing de los servicios a los estudiantes de la especialidad de Comercio del Centro Politécnico 26 de Junio del municipio Moa.

RECOMENDACIONES

Culminado este proceso de investigación se hacen las siguientes recomendaciones:

Encomendar a la subdirección docente del Centro Politécnico que incorpore en su plan metodológico un sistema de acciones para la preparación, implementación, control y seguimiento al colectivo pedagógico sobre el tema: Tareas docentes desarrolladoras para la Unidad 2 Investigación de mercado en la especialidad Comercio.

Encomendar al jefe de departamento donde tributa la asignatura para que se utilice el trabajo como material de consulta por los profesores de la especialidad Comercio de la Enseñanza Técnica y Profesional, especialmente a los que laboran con la asignatura Marketing de los servicios.

Encomendar al jefe de departamento donde tributa la asignatura para que planifique una Reunión Metodológica sobre el tema y derive un sistema de clases metodológicas, demostrativas y abiertas y cierre con un taller metodológico donde se socialicen los resultados.

Evaluar la implementación de las tareas docentes desarrolladoras a través de las visitas a clases, socializando y generalizando las mejores experiencias a nivel de departamento y de colectivo de asignatura.

Encomendar a la subdirección docente del centro la propuesta de generalización de los resultados del trabajo al Departamento de la ETP a nivel municipal y provincial.

BIBLIOGRAFÍA

ABREU REGUEIRO, ROBERTO. Fundamentos básicos de la Pedagogía Profesional. / Roberto Abreu y Margarita León. - La Habana: Editorial Pueblo y Educación, 2007.

ADDINE F. FÁTIMA. Didáctica y optimización del proceso de enseñanza-aprendizaje. -- IPLAC. -- 1997.

ALONSO BETANCOURT, LUÍS A. La concepción de tareas por niveles de desempeño cognitivo y atendiendo a las características y tipologías de los ítems: una alternativa para la dirección del aprendizaje en la escuela politécnica cubana actual. -- soporte magnético. -- ISP, Holguín, 2004.

ÁLVAREZ DE ZAYAS, CARLOS. La escuela en la vida. -- La Habana: Ed. Pueblo y Educación, 1999.

_____. Metodología de la investigación científica. -- 1995. -- 165 h. -- Soporte magnético. -- Universidad de Oriente, Santiago de Cuba, 1995.

_____. Los contenidos de la enseñanza-aprendizaje. -- En Hacia un currículum integral y flexible. -- Universidad de Oriente, Santiago de Cuba. -- 1997.

ÁLVAREZ ROCHE, ZENAIDA. Acerca de los principios del proceso pedagógico profesional. / Zenadia Álvarez R, Ida Hernández Ciriano. -- Soporte magnético. -- ISPETP. -- La Habana, 1997.

ÁLVARO FRANCÉS, F. Diccionario de la Lengua Española. Cervantes. -- La Habana: Ed. Pueblo y Educación, 1976.

ANDRÉS CONCEPCIÓN, FERNANDO CARLOS. El Aprendizaje de las “Solicitaciones y Deformaciones en los Elementos Estructurales” mediante Tareas Docentes Desarrolladoras. Trabajo Final (Master en Ciencias de la Educación). ISP “José de La Luz y Caballero”. Holguín, 2008.

AVEDAÑO A. RITA. Saber enseñar a clasificar y comparar. / Rita Avendaño, Mercedes López. -- La Habana: Ed. Pueblo y Educación, 1989.

BERMÚDEZ SARGUERA, ROGELIO. Teoría y Metodología del aprendizaje. -- La Habana: Ed. Pueblo y Educación, 1996.

BERMÚDEZ SARGUERA, ROGELIO. Teoría y metodología del aprendizaje / R. Bermúdez Sarguera, Marisela Rodríguez Rebutillo. -- La Habana: Ed. Pueblo y Educación, 1996.

CASTELLANOS SIMONS, DORIS. Enseñanza y estrategia de aprendizaje. Los caminos del aprendizaje autorregulado. -- soporte magnético. --ISP "Enrique José Varona". -- La Habana: Ed. Pueblo y Educación, 2000.

CHÁVEZ RODRÍGUEZ, JUSTO. Bosquejo histórico de las ideas educativas en Cuba. -- La Habana: Ed. Pueblo y Educación, 1996.

Compendio de Pedagogía: Marco conceptual para la elaboración de una teoría pedagógica / Josefina López Hurtado... [et.al.]. -- La Habana: Ed. Pueblo y Educación, 2002.

CONCEPCIÓN GARCÍA, RITA. Rol del profesor y sus estudiantes en el proceso de enseñanza-aprendizaje / Rita Concepción G y Félix Rodríguez E. -- soporte magnético. -- Universidad de Holguín, 2006.

CORTIJO JACOMINO, RENÉ. Didáctica de las ramas técnicas: una alternativa para su desarrollo. -- ISPETP -- La Habana: Ed. Pueblo y Educación, 1996.

DAVIDOV, V. V. Formación de la actividad docente en los escolares. -- La Habana: Ed. Pueblo y Educación, 1987.

El adolescente cubano una aproximación a su personalidad a su personalidad. / Amador Martínez...et.al. -- La Habana: Ed. Pueblo y Educación, 1995.

FUENTES GONZÁLEZ, HOMERO CALIXTO. Dinámica del proceso de enseñanza-aprendizaje. -- 1996. -- 73 h. -- Material mimeografiado. -- Universidad de Oriente, Santiago de Cuba, 1996.

_____. Configuración didáctica de la tarea como célula fundamental del proceso de enseñanza-aprendizaje. - 1996.

GARIB HERNÁNDEZ, AYLÍN. Alternativa Didáctica para la dirección del aprendizaje en la Unidad 1. "El Estado y el Derecho" en la asignatura Legislación Económica y Financiera. - soporte Magnético. - Universidad de Ciencias Pedagógicas, Holguín, 2006.

GENER NAVARRO, ENRRIQUE. Temas de Informática Básica. – La Habana: Ed. Pueblo y Educación, 2005.

GONZÁLEZ REY, FERNANDO. Comunicación, personalidad y desarrollo. – La Habana: Ed. Pueblo y Educación, 1995.

_____. Comunicación, personalidad y desarrollo. – La Habana: Ed. Pueblo y Educación, 1985.

_____. Psicología de La Enseñanza. – La Habana: Ed. Pueblo y Educación, 1995.

GONZÁLEZ SOCA, ANA MARÍA. Nociones de sociología, psicología y pedagogía / Ana M. González Soca, Carmen Reynoso Cápiro. -- La Habana: Ed. Pueblo y Educación, 2002.

HERNANDEZ CIRIANO, IDA. El proceso pedagógico profesional: un abordaje teórico y metodológico. -- Soporte magnético. -- 2000. ---- ISPETP, La Habana, 2000.

KLIMBERG, LOTHAR. Introducción a la didáctica general. -- La Habana: Ed. Pueblo y Educación, 1978.

LABARRERE SARDUY, ALBERTO. Pensamiento. Análisis y autorregulación de la actividad cognoscitiva de los alumnos. – La Habana: Ed. Pueblo y Educación, 1996.

LEONTIEV, A. N. Actividad, conciencia y personalidad. -- La Habana: Ed. Pueblo y Educación, 1975.

_____. La actividad en la psicología. -- La Habana: Editorial de Libros para la Educación, 1979.

LÓPEZ HURTADO, JOSEFINA. Carácter científico de la pedagogía en Cuba. -- La Habana: Ed. Pueblo y Educación, 1996.

_____. Fundamentos de la Educación. – La Habana: Ed. Pueblo y Educación, 2000.

Maestría en Ciencias de la Educación. Módulo III. Mención en Educación Técnica y Profesional. Segunda Parte / Gilberto García Batista... [et.al] – La Habana: Ed. Pueblo y Educación, 2007.

Maestría en Ciencias de la Educación. Tabloide V. Curso: Fundamentos y problemas actuales de la pedagogía profesional. -- La Habana: Ed. Pueblo y Educación, 2006.

MAKIENCO, N. I. El proceso pedagógico en las instituciones docentes de la Educación Técnica y Profesional. / N. I. Makienco, E. I. Krupitski. – La Habana: Ed. Pueblo y Educación, 1989.

MONTGOMERY DOUGLAS. Probabilidad y Estadística aplicadas a la Ingeniería / Douglas C. Montgomery, George C. Runge. -- California (Impreso en México): Edit. McGraw-Hill, 1996.

MORÁGUEZ IGLESIAS, Arabel. La determinación del tamaño de la muestra en las investigaciones sociales. -- monografía. – 2006. – soporte magnético, -- 17h. I.S.P., Holguín, 2006.

NÓCEDO DE LEÓN, Irma. Metodología de la investigación pedagógica y psicológica. I Parte. / Irma Nócedo de León, Eddy Abreu Guerra. -- La Habana: Ed. Pueblo y Educación, 1984.

PETROSKY, A. V. Psicología general. – La Habana: Ed. Pueblo y Educación, 1980.

_____. Psicología pedagógica y de las edades. – La Habana: Ed. Pueblo y Educación, 1980.

PORTELLES GAMEZ, DANIA. Material docente en opción al título de máster propone tareas docentes para la asignatura Contabilidad.-Universidad de Ciencias Pedagógicas, Holguín, 2008.

Psicología para educadores / Maura González... [et.al.]. -- La Habana: Ed. Pueblo y Educación, 1995.

RICO MONTERO, PILAR. La Zona de Desarrollo Próximo. Procedimientos y Tareas de Aprendizaje. -- soporte magnético. -- 45 h. -- 2003.

SILVESTRE ORAMAS, MARGARITA. Aprendizaje, educación y desarrollo. -- La Habana: Ed. Pueblo y Educación, 1999.

_____. Hacia una didáctica desarrolladora. / Margarita Silvestre, José Zilberstein Toruncha. -- La Habana: Ed. Pueblo y Educación, 2002.

TALÍZINA, N. F. Psicología de la Enseñanza. -- Moscú: Ed. Progreso, 1988.

VELÁSQUEZ MARTÍNEZ, ALEINE.- Material docente en opción al título de máster propone un folleto de ejercicios con aprendizaje desarrollador de la asignatura de Contabilidad 1. año. Universidad de Ciencias Pedagógicas, Holguín, 2008.

VIGOSTKI, L. S. Pensamiento y lenguaje. -- La Habana: Ed. Pueblo y Educación, 1981.

_____. Interacción entre la enseñanza y el desarrollo. Selección de lecturas de psicología de las edades, Tomo III, ENPES. -- La Habana: Ed. Pueblo y Educación, 1988.

ZILBERSTEIN T, JOSÉ. Calidad educativa y diagnóstico del aprendizaje escolar. -- La Habana: Ed. Pueblo y Educación, 2001.

_____. Didáctica desarrolladora desde el enfoque histórico -- cultural. México. Ediciones "CEIDE", 2004

Anexo N° 1

Prueba Pedagógica

Objetivos:

Identificar las etapas del Ciclo de vida del producto.

Explicar las diferencias entre el enfoque de Marketing y el enfoque de ventas.

Argumentar la importancia del Marketing en la actualidad.

Cuestionario

Elabore un resumen teniendo en cuenta las etapas del Ciclo de vida del producto.

Explique las diferencias entre el enfoque de Marketing y de venta.

Argumente mediante dos ejemplos la importancia del Marketing en la actualidad.

Norma de calificación

Se considera aprobado: Si menciona tres etapas.

a) Se considera aprobado: Si explica tres diferencias.

b) Se considera aprobado: Si argumenta dos ejemplos de la importancia del Marketing en la actualidad.

Anexo N° 2

Entrevista a profesores a profesores del Departamento de Servicios.

Compañero (a) profesor:

La presente entrevista tiene como objetivo caracterizar el comportamiento del proceso de enseñanza-aprendizaje que se desarrolla en la asignatura Marketing de los servicios y la repercusión que ha tenido en el aprendizaje de los estudiantes. La sinceridad con que responda cada una de las preguntas que a continuación se relacionan, constituirán un valioso aporte para la investigación. Gracias.

Nombres y apellidos: _____.

Años de experiencia: __ Docencia: ____ Impartiendo la asignatura _____

2. ¿Cómo evalúa usted la calidad del aprendizaje de los estudiantes, en la asignatura Marketing en los servicios?

Muy buena _____ Buena _____ Regular _____ Mala _____

Argumente.

3. ¿Qué temas de la asignatura presentan mayores dificultades en el aprendizaje?

Argumente.

4. ¿Cómo valora usted su preparación metodológica para la impartición de los contenidos relacionados con la asignatura Marketing de los servicios desde una perspectiva desarrolladora?

Muy buena _____ Buena _____ Regular _____ Mala _____

Argumente.

Anexo N° 3

Encuesta a estudiantes de primer año de Técnico Medio en Comercio.

Estimado estudiante:

La presente encuesta es para constatar cómo ha sido la calidad de tu aprendizaje en la asignatura Marketing de los servicios y las clases impartidas por el profesor de la

asignatura. La sinceridad con que responda cada una de las preguntas que a continuación se relacionan, constituirán un valioso aporte para la investigación. Gracias.

¿Conoces los objetivos a vencer en la asignatura? Marque con una X.

Sí ___ No ___ En parte ___

¿Cuál es el estado de la motivación hacia la asignatura? Marque con una X.

Muy buena ___ Buena ___ Regular ___ Mala ___

Argumente.

3. ¿Cómo consideras el estado actual del conocimiento general que tienes sobre la asignatura? Marque con una X.

Muy bueno ___ Bueno ___ Regular ___ Malo ___

a) Argumente.

4. ¿Cómo valora las tareas docentes orientadas por tu profesor de la asignatura Marketing de los servicios? Marque con una X.

Muy buena ___ Buena ___ Regular ___ Mala ___

a) Argumente.

Anexo N° 4

Guía de observación a clases.

Objetivo: Constatar al nivel de preparación pedagógica y metodológica del claustro de profesores que trabaja con la asignatura Marketing en los servicios y su aplicación a partir de lo indicado en la RM 200/2014.

Aspectos a revisar en el plan de clases.

La organización del proceso pedagógico y sus requisitos higiénicos.

La orientación hacia los objetivos y la proyección de la clase, a partir del dominio de la caracterización integral de sus alumnos y el diseño de actividades diferenciadas.

El dominio del contenido y de los métodos de dirección del aprendizaje para favorecer el desarrollo creativo de los educandos.

Utilización eficiente de los medios de enseñanza concebidos como sistema, con énfasis en el libro de texto, los textos martianos, la televisión, el video y la computación.

Un adecuado enfoque político e ideológico acorde con la política del Partido Comunista de Cuba.

La orientación y control del estudio independiente de los estudiantes.

El dominio de la lengua materna al establecer la comunicación con los estudiantes.

Que los educandos demuestren dominio de:

Los conceptos esenciales en correspondencia con los niveles de asimilación tratados.

Los contenidos del libro de texto que correspondía estudiar para la clase y el desarrollo de los ejercicios.

La orientación de la tarea que tendrán que resolver para la próxima clase, así como los criterios y el momento en que el maestro se los va a comprobar.

Anexo N° 5

Revisión de los planes de clases.

Objetivo: Constatar el nivel de preparación pedagógica y metodológica del claustro de profesores que trabajan con la asignatura Marketing de los servicios. Asumiendo el instrumento elaborado por Andrés (2008).

Aspectos a revisar en el plan de clases.

Registro de asistencia y evaluación:

Actualización del control de asistencia y evaluaciones realizadas a los estudiantes según el grupo evaluativo de la asignatura.

Diagnóstico pedagógico integral de los estudiantes.

Planificación de clases.

Sistema de clases acorde con la fecha y la dosificación.

Formulación de los objetivos con una confección formativa.

Proyección del sistema de clases, donde se evidencie la salida curricular al trabajo político – ideológico, de formación de valores, con los programas directores de la revolución y los ejes transversales.

Empleo de tareas docentes que estimulen el desarrollo del pensamiento lógico del estudiante: formación de conceptos, juicios y razonamiento; vinculados con la especialidad.

Implementación del modelo guía de aprendizaje, en la orientación del estudio independiente.

Anexo N° 6

CONSULTA A ESPECIALISTAS.

Compañero (a)

Como parte del estudio realizado para perfeccionar el Proceso de enseñanza aprendizaje de la asignatura Marketing de los servicios que se imparte a los estudiantes de 1. Año del Técnico Medio en Comercio a través de tareas docentes desarrolladoras

y reconocer en usted un experimentado profesional con gran experiencia en la actividad docente solicito su opinión sobre la objetividad de la investigación, así como la posibilidad de su aplicación.

Se agradece su colaboración.

Aspectos a evaluar:

Sobre tareas docentes desarrolladoras introducidas para perfeccionar el Proceso de Enseñanza Aprendizaje de la asignatura Marketing de los servicios. Según su criterio marque con una X:

Muy adecuado, Bastante adecuado, Adecuado, Poco adecuado, Inadecuado.

2. En la aplicación de las tareas docentes desarrolladoras introducidas en el Proceso de enseñanza aprendizaje. ¿Cómo usted considera la estructura lógica del sistema de tareas docentes?

MA: Muy adecuado, BA: Bastante adecuado, A: Adecuado, PA: Poco adecuada, NA: No adecuado

3. Considera como sistema de tareas docentes desarrolladoras que se propone, según su criterio señale con una X:

Muy adecuado, Bastante adecuado, Adecuado, Poco adecuado Inadecuado.

4. Considera que el Sistema de tareas docentes desarrolladoras contribuye:

a. Mejorar la preparación y la calidad de las clases de los profesores:

SI NO

b. Elevar los resultados del aprendizaje escolar

___SI ___NO

c. Mejorar la atención diferenciada de los estudiantes de acuerdo a los niveles de desempeño cognitivo.

___SI ___NO

5. Usted considera necesario la implementación de las tareas docentes desarrolladoras en el Proceso de enseñanza aprendizaje de la asignatura Marketing de los servicios que se imparte a los estudiantes de 1. Año del Técnico Medio en Comercio.

___SI ___NO

¿Por qué?