

EL “APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS” EN EL GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS: APLICACIÓN A LAS ASIGNATURAS “MACROECONOMÍA” Y “TEORÍA DE PRECIOS”

M^a Ángeles Caraballo Pou
Dpto. Economía e Historia Económica.
Universidad de Sevilla¹
Email: mcaraba@us.es

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es valorar la aplicación del Método de Aprendizaje Basado en Problemas en las asignaturas “Macroeconomía” y “Teoría de Precios” del Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Los resultados muestran que los alumnos valoran de forma positiva el método, prefiriendo éste al método de enseñanza tradicional basado en la lección magistral. Además, los estudiantes se encuentran más motivados e interesados por el aprendizaje y mejoran en la adquisición de habilidades para trabajar tanto en equipo como de forma autónoma. No obstante, los resultados reflejan que hay que prestar atención al uso que el alumno da a los manuales especializados o al esfuerzo que éstos realizan fuera del aula para que el objetivo del método se alcance.

Palabras clave: Aprendizaje Basado en Problemas, metodología docente, marketing, innovación educativa, Grado Marketing.

¹ Este trabajo ha sido financiado por el Plan Propio de Docencia “Innovación y Mejora Docente” (línea 9) de la Universidad de Sevilla, correspondiente al curso 2011/2012. La autora agradece la excelente asistencia de investigación por parte de Isabel Tienza.

1. INTRODUCCIÓN

La necesidad de adaptarse al Espacio Europeo de Educación Superior (EES) requiere una serie de cambios en el sistema educativo con respecto al modelo de aprendizaje tradicional, basado en información unidireccional transmitida por parte del profesor y en un papel pasivo del alumno. Como apunta Echevarría *et al.* (2009: 23), el EES conduce a una nueva formulación: "por primera vez se deja de medir el proceso de aprendizaje en horas de docencia para pasar a hacerlo en horas de esfuerzo". En este sentido, el método de Aprendizaje Basado en Problemas (ABP) contribuye a responder a los cambios requeridos en el sistema educativo

El ABP, como su propio nombre indica, se basa en el aprendizaje a través del análisis y solución de una serie de problemas. El primer cambio fundamental de esta técnica es la redefinición del papel del alumno y el profesor: ahora el alumno tiene un papel activo en el aprendizaje y el profesor se convierte en orientador del proceso. Las horas de exposiciones teóricas por parte del profesor se ven reducidas, siendo la herramienta fundamental el tiempo dedicado por parte del alumno a la resolución de una serie de casos o problemas basados en la realidad a la que tendrá que enfrentarse en su vida laboral. Para la resolución de los casos los alumnos se dividen en grupos de trabajo, que debe contar con el material necesario para trabajar el caso, junto con las consultas al profesor. Siguiendo a Bas (2011) podemos afirmar que con este sistema el alumno mejora competencias tales como la reflexión crítica, la comunicación oral o la toma de decisiones en equipo.

Cuando hablamos de un cambio en el rol de los alumnos y el profesor, se puede llegar a pensar que ahora el papel pasivo pasa al docente. Sin embargo, en ningún caso el trabajo del profesor se reduce, más bien al contrario, ya que las tareas requeridas por el método ABP como la preparación del material, la supervisión sobre el cumplimiento de los objetivos y la evaluación de los alumnos hacen que el trabajo del profesor aumente. Por ello, como señala Sola *et al.* (2006), el sistema ABP no se concibe sin la participación activa del profesor, éste necesita mantener el equilibrio entre la participación y el "dejar hacer". También es necesario que la participación del profesor anime y estimule a los alumnos, de ello dependerá que se mantengan interesados en el método, participen en clase y hagan las preguntas e investigaciones necesarias para conseguir los objetivos del aprendizaje. Para alcanzar estas tareas con éxito, los docentes deben adquirir nuevas competencias. Entre ellas, Zabalza (2003) destaca el manejo de las nuevas tecnologías o la habilidad de comunicarse y relacionarse con los alumnos.

A nuestro juicio, una de las limitaciones del ABP es que el esfuerzo por parte del profesor debe compensarse con un comportamiento positivo del alumno. Sin embargo, nos encontramos a menudo con estudiantes que manifiestan abiertamente una actitud pasiva y desanimada, y que buscan el título universitario de forma rápida y con el mínimo esfuerzo. La innovación docente, y el método ABP en concreto, buscan aminorar la inactividad. Es más, podríamos afirmar que sin la participación activa y la motivación de los alumnos sería muy difícil superar el método. Por otra parte, como apunta Escribano (2008: 149), la implantación de nuevos métodos de enseñanza supone desafío para los centros universitarios porque

requieren "un contexto dotado de recursos, capacitación, personal especializado, espacios de trabajo, tecnologías adecuadas y planificación curricular acorde". Es decir, no basta con el trabajo y el esfuerzo del profesor, sino que se necesita el compromiso de las instituciones.

El método ABP se implanta por primera vez en la mitad de los años 60 del siglo XX, en los estudios de Medicina de la universidad de McMaster (Canadá). Aunque es el área de la salud donde el método se ha extendido con más éxito, también se está aplicando en otras especialidades como: enfermería, ciencias económico-administrativas, ciencias sociales, Ingeniería, Informática, Ciencia y Biología (Escribano, 2008: 36).

La necesidad de implantarla en el Grado en Marketing e Investigación de Mercados la encontramos, no sólo en su pertenencia al EEES, sino en los objetivos del aprendizaje que la Universidad de Sevilla diseña para este grado. Entre los objetivos destacan: el "adecuado manejo de los instrumentos del marketing e investigación de mercados en las organizaciones productivas modernas, tanto en el ámbito nacional como internacional"; o la necesidad de adquirir "capacidades y competencias para liderar departamentos comerciales, desarrollar proyectos de marketing y proyectos de innovación y creatividad plenamente adaptados a las necesidades del mercado en el entorno económico-jurídico- social". Entre las competencias destacamos: "Ser capaz de usar el tiempo de forma efectiva", "ser capaz de tomar decisiones", "ser capaz de transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado en el área de Marketing e Investigación de Mercados como no especializado", "poseer motivación por la calidad" o "ser capaz de trabajar en equipo". En total, la Universidad de Sevilla establece 62 competencias para el Grado objeto de estudio, y pensamos que para su adquisición los métodos de enseñanza como el ABP constituyen una herramienta muy valiosa, ya que nos encontramos ante competencias que difícilmente podrían desarrollarse con sistemas tradicionales, cuya adaptación al entorno cambiante y de continua innovación que plantea el marketing es más lenta.

Fernández *et al.* (2006) realizan una revisión de estudios empíricos y artículos científicos sobre la aplicación del método ABP. Se estudian los trabajos publicados a partir del 2000. Todos los estudios analizados, de forma directa o indirecta, tienen como propósito los efectos de la aplicación del método ABP. Cabe señalar que en la mayoría de los estudios analizados, once de quince, los participantes eran estudiantes universitarios de carreras del ámbito de la salud. Con esto podemos señalar que el trabajo realizado en el Grado de Marketing e Investigación de Marketing puede considerarse novedoso, por estudiar la aplicación del ABP en un curso de la rama ciencias económicas y empresariales. En la mayoría de los estudios la herramienta utilizada fue el cuestionario escalár, lo que sí coincide con nuestro trabajo.

En este estudio pretendemos evaluar el éxito en la aplicación del ABP en las asignaturas de Macroeconomía y Teoría de Precios, pertenecientes al segundo curso del Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Para ello, en el epígrafe 2 exponemos los pasos que hemos seguido en este proyecto y que han permitido la implantación del método ABP en las asignaturas mencionadas. El epígrafe 3 se destina a la evaluación del método a través de los resultados de las encuestas realizadas a los alumnos y, finalmente, en el epígrafe 4 se resumen las principales conclusiones que pueden extraerse del trabajo realizado.

2. APLICACIÓN DEL MÉTODO ABP

Para la implantación del ABP se han cubierto las siguientes etapas:

En la primera se fijaron las tareas o problemas a realizar por los estudiantes. Para el desarrollo de éstas, se determinó el número de componentes que debían tener los equipos de trabajo teniendo en cuenta el número de alumnos matriculados: mínimo 6 personas y máximo 8. También se estableció la guía de realización de las tareas, los resultados que debían presentar los alumnos al realizarlas y el calendario de desarrollo de las mismas.

La segunda etapa consistió en la elaboración del material que iban a necesitar los alumnos para el desarrollo de la asignatura, y el profesor para el seguimiento del método. Se diseñaron y/o buscaron los casos y problemas en los que se basaría el desarrollo de la metodología, en concreto se elaboraron 6 casos o problemas para cada una de las asignaturas. Se crearon los modelos de fichas técnicas que utilizarían los grupos para presentar los resultados y se diseñaron los protocolos de seguimiento y evaluación de las tareas que realizarían los estudiantes.

La tercera fase tuvo como objetivo el diseño de la plataforma WebCT, herramienta esencial en el método por ser el "almacén" del material necesario para el desarrollo de la asignatura y la vía de comunicación entre profesor y alumno fuera del aula.

Estas tres primeras fases debían concluir, y se concluyeron, antes del inicio de las clases, es decir, en septiembre de 2011 para la asignatura de "Macroeconomía" y en febrero de 2012 para la asignatura "Teoría de Precios".

La cuarta etapa abarca la puesta en práctica del método. Para ello los alumnos necesitan, como material complementario para el trabajo en clase, dos ordenadores portátiles por grupo y la bibliografía necesaria, material disponible en la biblioteca del centro.

Finalmente, la quinta etapa consiste en la evaluación del método. Para ello se elaboró una encuesta que se realizó a los alumnos una vez concluido el periodo docente.

3. EVALUACIÓN DEL MÉTODO EN EL GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

A continuación describiremos la muestra empleada, el contenido de la encuesta y los resultados de la misma. En cuanto a la muestra, el número de alumnos matriculados en la asignatura Macroeconomía fue 74, de éstos, 65 eligieron el método "ABP". Finalmente, 51 alumnos de entre los que seguían el método realizaron la encuesta. En cuanto a la asignatura Teoría de Precios, fueron 73 los alumnos matriculados, 65 los que siguieron la evaluación continua, y 46 los que realizaron la encuesta. Calculamos el margen de error con el que podemos extrapolar los resultados de la muestra a toda la población, para un nivel de confianza del 5% y suponiendo máxima varianza posible en la población. Obtenemos, para la

muestra de Macroeconomía, un error del 6,418%. Para la muestra de Teoría de Precios, obtenemos un error mayor, del 7,872%.

El cuestionario, que se adjunta al final del documento, consta de 39 ítems, cada uno de los cuales expone una afirmación sobre la que el alumno debía mostrar su grado de conformidad, valorándola en una escala Likert del 1 al 5, donde 1 representa el mayor grado de disconformidad y 5 el mayor grado de conformidad. El conjunto de ítems se puede agrupar en los siguientes campos de valoración:

- a) Motivación: En este campo de valoración buscamos evaluar la motivación de los alumnos respecto al método ABP.
- b) Competencias adquiridas: trabajo en equipo, aplicación de conceptos a la realidad económica, utilización de conceptos para explicar fenómenos económicos, conocimiento de conceptos básicos de las asignaturas, habilidad para recuperar y analizar información, habilidades para trabajar de forma autónoma, capacidad de análisis/síntesis y comunicación oral y escrita.
- c) Material: Este campo de valoración pretende evaluar en qué grado los alumnos consideran adecuado el material ofrecido por el profesor, su disponibilidad y su uso por parte del alumno.
- d) Importancia de la asignatura dentro del Grado en Marketing: Relevancia otorgada por los estudiantes a los conocimientos adquiridos en las asignaturas objeto de este estudio para la consecución del grado.
- e) Valoración del método: Estudiamos la opinión de los alumnos sobre el método ABP. Además, encontramos ítems que comparan el método de enseñanza habitual con el método ABP y cómo la carga de trabajo cambia con éste.

A continuación exponemos los resultados, para ello hemos agrupado las valoraciones de los alumnos en tres categorías: conformidad baja, a la que corresponden las respuestas de valor 1 y 2; conformidad media, a la que corresponde el valor 3; y conformidad alta, en la que se agrupan las respuestas de valor 4 y 5. Completamos el análisis descriptivo aportando la media de las respuestas, así como su desviación típica.

Además, incluimos dos correlaciones: por una parte la existente entre cada uno de los ítems y el ítem 38, correspondiente a la valoración final del método: "Mi valoración del método "ABP" es muy positiva"; por otra, la correlación conjunta, que mide la correlación entre el campo de valoración en su conjunto (media aritmética de los ítems que lo conforman) y la valoración final del método (ítem 38). Con esto queremos saber si la adquisición de una competencia o la valoración positiva de algún aspecto, provoca una valoración positiva del método.

En los siguientes epígrafes aludiremos a la numeración del ítem según el orden en el que aparece en la encuesta, disponible en el anexo de este trabajo

3.1 Primer Campo de valoración: Motivación

A éste campo de valoración pertenecen los siguientes ítems 2, 3 y 4. Los resultados en este campo de valoración recogidos en las Tablas 1 y 2 son, en general, positivos. En macroeconomía, la mayoría de los alumnos, en torno al 78%, se encuentran muy motivados e interesados por la asignatura (ítem 2) y, en general, relacionan esa motivación e interés con el desarrollo del método ABP (ítem 4). Si consideramos que la asistencia a clase está relacionada directamente con la motivación y el interés de los alumnos con la asignatura, obtenemos de nuevo resultados muy positivos, un 86,3% de los alumnos afirma que el método desarrollado fomenta la asistencia a clase. En cuanto a Teoría de Precios, nos encontramos con grados de conformidad más bajos respecto a las afirmaciones. En torno al 60% de los alumnos se encuentran muy motivados e interesados por la asignatura, además consideran que el método favorece la asistencia a clase. Los resultados más negativos los encontramos cuando relacionamos esa motivación con el método ABP.

Al estudiar la correlación en el campo de la motivación, podemos observar como en el primer ítem no existe correlación. Pero esta relación sí aparece en los siguientes ítems, es decir, cuando se relaciona directamente la motivación con el método ABP. En el caso de Teoría de precios, con una alta probabilidad, existe correlación.

CONFORMIDAD	2	3	4
Baja	0%	2%	5,9%
Media	21,6%	9,8%	19,6%
Alta	78,4%	86,3%	70,6%
No sabe/No contesta	-	2%	3,9%
MEDIA	4,08	4,58	3,94
DESVIACIÓN TÍPICA	,717	,758	,922
Correlación de Pearson	,232	,504**	,689**
Correlación conjunta		,671**	

Notas: () Indica correlación significativa a un nivel de significación del 1%. (**) Indica correlación significativa a un nivel de significación del 5%. Aplicable a tablas posteriores.*

Tabla 1. Resultados asignatura "Macroeconomía" para campo Motivación.

CONFORMIDAD	2	3	4
Baja	15,2%	8,7%	6,5%
Media	23,9%	6,5%	30,4%
Alta	60,9%	82,6%	56,5%
No sabe/No contesta	-	2,2%	6,5%
MEDIA	3,63	4,22	3,74
DESVIACIÓN TÍPICA	,951	,997	,954
Correlación de Pearson	,622**	,546**	,689**
Correlación conjunta		738**	

Tabla 2. Resultados asignatura "Teoría de Precios" para campo "Motivación"

3.2 Campo de valoración: Conocer conceptos básicos de Macroeconomía /Teoría de Precios.

A este campo de valoración pertenecen los ítems 1 y 9. En relación a los resultados obtenidos resumidos en las Tablas 3 y 4, podemos afirmar que los alumnos han aprendido los conceptos básicos de la asignatura: un 88,2% de los alumnos de Macroeconomía y un 69,6% de los alumnos de Teoría de Precios muestra un grado de conformidad alto. De nuevo, encontramos que el porcentaje de alumnos con valoraciones muy positivas es menor en el caso de la asignatura Teoría de Precios. Al estudiar las correlaciones, encontramos que a un mayor aprendizaje de conceptos no se da una mayor valoración del método; pero de nuevo, cuando se relaciona ese aprendizaje con el método ABP (ítem 9), sí existe relación.

CONFORMIDAD	1	9
Baja	4%	2%
Media	7,8%	21,6%
Alta	88,2%	76,5%
No sabe/No contesta	-	-
MEDIA	4,16	4,06
	,809	,785
Correlación de Pearson	,273	,586**
Correlación conjunta		,590**

Tabla 3. Resultados asignatura "Macroeconomía " para campo "Conocer Conceptos"

CONFORMIDAD	1	9
Baja	2,2%	4,3%
Media	28,3%	26,1%
Alta	69,6%	67,4%
No sabe/No contesta	-	2,2%
MEDIA	3,85	3,84
DESVIACIÓN TÍPICA	,796	,729
Correlación de Pearson	,209	,391**
Correlación conjunta		,373*

Tabla 4. Resultados asignatura "Teoría de Precios" para campo "Conocer Conceptos"

3.3 Campo de valoración: Aplicar conceptos a la realidad económica.

A este campo de valoración pertenecen los ítems 6, 8 y 23.

Teniendo en cuenta los resultados de las Tablas 5 y 6, observamos que a la hora de explicar conceptos económicos a un público no especializado nos encontramos con un grado de conformidad menor en la asignatura Macroeconomía (ítem 23); en torno al 10% de los alumnos muestra una conformidad baja. Además, un alto porcentaje de alumnos señala que la resolución de los problemas le ayuda a comprender la realidad económica. Por último señalamos que, en menor grado en la asignatura Teoría de Precios, los alumnos muestran un grado de conformidad alto cuando se les pregunta si han aprendido a utilizar los conceptos macroeconómicos/microeconómicos para explicar determinados fenómenos económicos. Si

EL "APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS" EN EL GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS: APLICACIÓN A LAS ASIGNATURAS "MACROECONOMÍA" Y "TEORÍA DE PRECIOS"

analizamos las correlaciones conjuntas, observamos como la adquisición de esta competencia provoca la valoración positiva del método.

CONFORMIDAD (Macroeconomía)	6	8	23
Baja	3,9%	4%	9,8%
Media	21,6%	7,8%	23,5%
Alta	72,6%	86,3%	66,6%
No sabe/No contesta	2%	2%	-
MEDIA	3,96	4,3	3,78
DESVIACIÓN TÍPICA	,807	,863	,966
Correlación de Pearson	,288*	,718**	,313*
Correlación conjunta		,590**	

CONFORMIDAD (Teoría de Precios)	6	8	23
Baja	8,7%	13,0%	8,7%
Media	30,4%	21,7%	21,7%
Alta	58,7%	63,0%	67,4%
No sabe/No contesta	2,2%	2,2%	2,2%
MEDIA	3,62	3,73	3,67
DESVIACIÓN TÍPICA	,806	1,095	,739
Correlación de Pearson	,185	,631**	,092
Correlación conjunta		,447**	

Tablas 5 y 5. Resultados para campo "Aplicar Conceptos"

3.4 Campo de valoración: Trabajo en equipo.

CONFORMIDAD	10	11	26	27	32
Baja	13,6%	19,6%	4%	58,8%	15,7%
Media	13,7%	17,6%	41,2%	23,5%	11,8%
Alta	72,5%	62,8%	54,9%	13,7%	68,7%
No sabe/No contesta	-	-	-	3,9%	3,9%
MEDIA	3,78	3,88	3,67	2,18	3,73
DESVIACIÓN TÍPICA	1,045	1,336	,864	1,236	1,076
Correlación de Pearson	,610**	,432**	,422**	-,347*	,526**
Correlación conjunta			,649**		

Tabla 6. Resultados asignatura "Macroeconomía" para campo "Trabajo en Equipo"

CONFORMIDAD	10	11	26	27	32
Baja	8,7%	17,4%	6,5%	74%	11%
Media	21,7%	10,9%	15,2%	13%	28%
Alta	67,4%	69,6%	73,9%	8,7%	61%
No sabe/No contesta	2,2%	2,2%	4,3%	4,3%	-
MEDIA	3,71	3,91	3,91	1,89	3,57
DESVIACIÓN TÍPICA	,787	1,328	,884	1,104	,935
Correlación de Pearson	,506**	,551**	,330*	-,60**	,394**
Correlación conjunta			,165		

Tabla 7. Resultados asignatura "Teoría de Precios" para campo "Trabajo en Equipo"

CONFORMIDAD	24	25
Baja	13,7%	23,5%
Media	35,3%	25,5%
Alta	50,9%	50,9%
No sabe/No contesta	-	-
MEDIA	3,51	3,41
DESVIACIÓN TÍPICA	1,027	1,117
Correlación de Pearson	,292*	,403**
Correlación conjunta		,379**

Tabla 8. Resultados asignatura "Macroeconomía" para campo "Organización dentro del equipo"

CONFORMIDAD	24	25
Baja	15,2%	15,2%
Media	21,7%	30,4%
Alta	60,9%	54,3%
No sabe/No contesta	2,2%	-
MEDIA	3,62	3,43
DESVIACIÓN TÍPICA	1,193	1,025
Correlación de Pearson	,482**	,183
Correlación conjunta		,404**

Tabla 9. Resultados asignatura "Teoría de Precios" para campo "Organización dentro del equipo"

A este campo de valoración pertenecen los ítems que evalúan la adquisición de la competencia dentro del método "ABP" (10, 11, 26, 27 y 32) y los ítems que evalúan la organización dentro de los equipos (24 y 25). Una herramienta esencial para el buen desarrollo del método "ABP" es el trabajo en equipo, los alumnos deben adquirir esta competencia y desarrollarla sin problemas, tarea que en ocasiones no es sencilla. Primero valoramos el grado de adquisición de la competencia por parte de los alumnos (Tablas 7 y 8); luego evaluamos la organización dentro de los equipos (Tablas 9 y 10). En torno al 72% de los alumnos en Macroeconomía y el 67% de los alumnos de Teoría de Precios, declaran que con el método han adquirido las competencias necesarias para el desarrollo de trabajos en grupo, sin embargo, los ítems 11 y 27 demuestran que existe un porcentaje relevante de alumnos que manifiesta una conformidad baja o media con el desarrollo de trabajos en grupo, y preferirían el trabajo individual. Esta respuesta puede nacer de los conflictos ocasionados dentro del grupo o de una división de las tareas poco equitativa. En torno al 50% de los alumnos de Macroeconomía y el 60% de los de Teoría de Precios, declara que no ha tenido conflictos en el grupo y que el trabajo se repartió de forma equitativa, pero es significativo el porcentaje de alumnos que muestra una conformidad media o baja con estas afirmaciones (ítems 24 y 25). Cuando nos enfrentamos a la evaluación conjunta de un equipo de alumnos es importante distinguir el esfuerzo individual dentro del grupo. En general, los alumnos afirman que la valoración de su trabajo y el de sus compañeros fue justa (ítems 26 y 32).

3.5 Campo de valoración: Competencias. Habilidad para recuperar y analizar información.

CONFORMIDAD	Macroeconomía		Teoría de Precios	
	16	33	16	33
Baja	12,2%	13,7%	21,7%	17,4%
Media	27,5%	11,8%	28,3%	32,6%
Alta	56,9%	74,5%	47,8%	50,0%
No sabe/No contesta	3,9%	-	2,2%	-
MEDIA	3,63	3,69	3,44	3,30
DESVIACIÓN TÍPICA	1,035	,948	1,035	1,030
Correlación de Pearson	,564**	,641**	,377*	,568**
Correlación conjunta		,702**	,575**	

Tabla 11-12. Resultados asignatura "Macroeconomía" y "Teoría de Precios" para campo "Habilidad para recuperar y analizar información"

Pertencen a este campo de valoración los ítems 16 y 23. Los resultados se recogen en las Tablas 11 y 12. En este método, los alumnos, en grupo o de forma individual, deben buscar y analizar críticamente información para conseguir resolver los problemas planteados. Los alumnos consideran que han adquirido los conocimientos útiles para recuperar y analizar información durante del desarrollo de la asignatura Macroeconomía, y existe una relación significativa con la valoración positiva del método "ABP". En el caso de Teoría de Precios, nos encontramos con un porcentaje alto de valoraciones medias y bajas. Estos resultados pueden deberse a la naturaleza de la asignatura, de contenidos más complejos. Estudiando las correlaciones, podemos afirmar que la adquisición de la competencia: habilidad para analizar y recuperar información, provoca una valoración positiva del método ABP.

3.6 Campo de valoración: Habilidad para trabajar de forma autónoma.

Pertencen a este campo de valoración los ítems 5 y 21. Los resultados aparecen en las Tablas 13 y 14.

CONFORMIDAD	Macroeconomía		Teoría de Precios	
	5	21	5	21
Baja	11,8%	4%	10,9%	15,2%
Media	25,5%	21,6%	26,1%	34,8%
Alta	60,8%	74,5%	52,2%	47,8%
No sabe/No contesta	2%	-	10,9%	2,2%
MEDIA	3,72	3,84	3,63	3,44
DESVIACIÓN TÍPICA	1,011	,784	1,067	1,035
Correlación de Pearson	,714**	,459**	,754**	,417**
Correlación conjunta		709**	,632**	

Tabla 13-14. Resultados asignatura "Macroeconomía" y "Teoría de Precios" para campo "Habilidad para trabajar de forma autónoma"

Estudiando los resultados correspondientes a este campo de valoración, podemos afirmar que los alumnos han mejorado su capacidad de investigación y búsqueda de información de

forma autónoma. De nuevo nos encontramos con valoraciones más bajas en la asignatura Teoría de Precios. Además, la adquisición de esta competencia, mejora la valoración del método "ABP".

3.7 Campo de valoración: Competencias. Capacidad de análisis y síntesis.

Pertenece a este campo de valoración los ítems 13 y 22.

CONFORMIDAD	Macroeconomía		Teoría de Precios	
	13	22	13	22
Baja	5,9%	15,7%	10,9%	10,9%
Media	31,4%	33,3%	30,4%	43,5%
Alta	58,9%	41,1%	52,2%	41,3%
No sabe/No contesta	3,9%	3,9%	6,5%	4,3%
MEDIA	3,65	3,41	3,58	3,30
DESVIACIÓN TÍPICA	,830	,998	,957	,734
Correlación de Pearson	,141	,278	,291	,257
Correlación conjunta	-	-	-	-

Tabla 15-16. Resultados "Macroeconomía" y "Teoría de Precios" para campo "Capacidad análisis/síntesis"

Otro de los objetivos del método es la mejora de la capacidad de análisis y síntesis de los alumnos. Los alumnos muestran una conformidad más alta en la competencia síntesis que en la de análisis, sin existir correlación significativa entre éstas y una valoración positiva del método.

3.8 Campo de valoración: Competencias. Comunicación oral y escrita.

Pertenece a este campo de valoración los ítems 7, 12 y 35. Los resultados aparecen en las Tablas 17 y 18.

CONFORMIDAD	7	12	35
Baja	9,8%	11,7%	19,6%
Media	19,6%	15,7%	19,6%
Alta	70,6%	68,6%	60,7%
No sabe/No contesta	-	3,9%	-
MEDIA	3,86	3,82	3,49
DESVIACIÓN TÍPICA	1,096	1,054	1,189
Correlación de Pearson	,672**	,476**	,368**
Correlación conjunta	-	,090	-

Tabla 10. Resultados asignatura "Macroeconomía" para campo "Comunicación oral y escrita"

EL "APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS" EN EL GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS: APLICACIÓN A LAS ASIGNATURAS "MACROECONOMÍA" Y "TEORÍA DE PRECIOS"

CONFORMIDAD	7	12	35
Baja	8,7%	13,0%	21,7%
Media	23,9%	19,6%	26,1%
Alta	65,2%	67,4%	50,0%
No sabe/No contesta	2,2%	-	2,2%
MEDIA	3,76	3,72	3,29
DESVIACIÓN TÍPICA	1,004	,911	1,100
Correlación de Pearson	,644**	,506**	,115
Correlación conjunta		,502**	

Tabla 11. Resultados asignatura "Teoría de Precios" para campo "Comunicación oral y escrita"

La mayoría de los alumnos, un 60,7% en el caso de Macroeconomía y un 50% en el caso de Teoría de Precios, manifiesta que su expresión oral en público ha mejorado (ítem 35), además, en torno al 68% en ambos casos muestra una conformidad alta cuando se trata de exponer conceptos económicos (ítem 12). Las respuestas más positivas las encontramos con el ítem 7, en él preguntamos si el método ABP favorece la participación en clase y mejora la comunicación oral, en torno al 70% de los alumnos en Macroeconomía y el 65,2% en Teoría de Precios, muestra una conformidad alta. Por último, cabe señalar que la competencia "comunicación oral y escrita" mejora la valoración del método "ABP" por parte de los alumnos.

3.9 Campo de valoración: Importancia asignatura dentro del Grado en Marketing

Pertencen a este campo de valoración los ítems 28 y 34. Los resultados aparecen en las Tablas 19 y 20.

CONFORMIDAD	Macroeconomía		Teoría de Precios	
	28	34	28	34
Baja	7,8%	5,9%	19,6%	4,3%
Media	21,6%	17,6%	23,9%	39,1%
Alta	66,7%	74,5%	56,5%	56,5%
No sabe/No contesta	3,9%	2%	-	-
MEDIA	3,84	3,94	3,52	3,67
DESVIACIÓN TÍPICA	,874	,818	1,049	,790
Correlación de Pearson	,289*	,122	,159	,188
Correlación conjunta		-,081		,195

Tabla 19-20. Resultados para campo "Importancia asignatura dentro del Grado en Marketing"

En general, la mayoría de los alumnos ve relevante la asignatura o los conceptos de Macroeconomía y Teoría de Precios, aunque en el segundo caso el grado de conformidad sea más bajo. En este campo de valoración hay que tener en cuenta que los alumnos cursan el segundo curso del Grado, en este contexto, la valoración de la importancia de las asignaturas para su formación puede no ser del todo correcta y evolucionar en el futuro.

3.10 Campo de valoración: WEB CT

CONFORMIDAD	Macroeconomía		Teoría de Precios	
	14	15	14	15
Baja	0%	3,9%	6,5%	2,2%
Media	3,9%	7,8%	8,7%	10,9%
Alta	96,1%	88,3%	84,8%	87,0%
No sabe/No contesta	-	-	-	-
MEDIA	4,73	4,51	4,39	4,37
DESVIACIÓN TÍPICA	,532	,809	,977	,853
Correlación de Pearson	,207	,537**	,305*	,166
Correlación conjunta	,450**		,256	

Tabla 21-22. Resultados asignatura "Macroeconomía" y "Teoría de Precios" para campo "WebCT"

Pertencen a este campo de valoración los ítems 14 y 15. Las Tablas 21 y 22 sintetizan los resultados. La plataforma Web CT es una herramienta esencial para el desarrollo de las dos asignaturas objeto de estudio. Casi la totalidad de los alumnos apoya esta afirmación: un 96,1% de los alumnos de Macroeconomía y un 84,8% de los alumnos de Teoría de Precios. La conformidad es ligeramente menor cuando se pregunta si creen que la plataforma ha estado bien organizada. Cabe destacar, en el caso de Macroeconomía, existe relación directa entre una valoración positiva del método y una percepción de la importancia de la Web CT alta.

3.11 Campo de valoración: Material

CONFORMIDAD (Macroeconomía)	17	18	20
Baja	9,8%	33,3%	2%
Media	5,9%	19,6%	11,8%
Alta	82,3%	45,1%	82,4%
No sabe/No contesta	2%	2%	3,9%
MEDIA	4,22	3,16	4,31
DESVIACIÓN TÍPICA	1,130	1,419	,769
Correlación de Pearson	,619**	-,066	,364*
Correlación conjunta		,517**	
CONFORMIDAD (Teoría de Precios)	17	18	20
Baja	10,9%	39,1%	6,5%
Media	8,7%	26,1%	10,9%
Alta	78,3%	32,6%	82,6%
No sabe/No contesta	2,2%	2,2%	-
MEDIA	4,02	2,93	4,24
DESVIACIÓN TÍPICA	1,011	1,250	,970
Correlación de Pearson	,316*	-,145	,235
Correlación conjunta		,176	

Tablas 23 y 24. Resultados para campo "Material"

Pertencen a este campo los ítems 17, 18 y 20. En el método "ABP" el alumno debe elaborar el temario de la asignatura partiendo de las explicaciones teóricas del profesor, los

casos prácticos expuestos, el manual, etc. Las Tablas 23 y 24 reflejan que en torno al 80% de los alumnos de ambas asignaturas cree que el material disponible ha resultado adecuado para el desarrollo de la asignatura (ítem 20). Los alumnos utilizan las transparencias y casos para la preparación de la asignatura (ítem 17), mostrando valoraciones menores cuando se pregunta si recurren a manuales especializados (ítem 18). Solo en el caso de Macroeconomía existe correlación significativa.

3.12 Comparación del método "ABP" con método de enseñanza habitual.

CONFORMIDAD	30	31	37
Baja	5,9%	9,8%	5,9%
Media	15,7%	13,7%	13,7%
Alta	76,5%	76,4%	76,5%
No sabe/No contesta	2%	-	3,9%
MEDIA	4,08	4,04	4,24
DESVIACIÓN TÍPICA	1,007	1,131	,990
Correlación de Pearson	,705**	,627**	,657**
Correlación conjunta		,773**	

Tabla 12. Resultados "Macroeconomía" para "Comparación del método ABP con Método de Enseñanza Habitual"

CONFORMIDAD	30	31	37
Baja	4,3%	10,9%	6,5%
Media	23,9%	8,7%	6,5%
Alta	71,7%	76,1%	82,6%
No sabe/No contesta	-	4,3%	4,3%
MEDIA	3,89	4,00	4,20
DESVIACIÓN TÍPICA	,795	1,201	,930
Correlación de Pearson	,696**	,814**	,886**
Correlación conjunta		,894**	

Tabla 13. Resultados "Teoría de Precios" para "Comparación del método ABP con Método de Enseñanza Habitual"

Este campo incluye los ítems 30, 31 y 37. Los resultados de las Tablas 25 y 26 son muy positivos, el 76,5% de los alumnos en Macroeconomía y el 71% en Teoría de Precios, manifiesta que ha comprendido y asumido mejor los conceptos principales de la asignatura, en comparación con las asignaturas que siguen el método tradicional. Con porcentajes similares los alumnos afirman que con el método "ABP" se aprende más que con el método de enseñanza tradicional y preferiría cursar asignaturas que siguieran este método. Cabe señalar que los alumnos que prefieren el método ABP con respecto al método tradicional de enseñanza valoran de forma positiva el método.

3.13 Horas de trabajo dedicadas a la práctica en comparación con las dedicadas a la teoría.

Pertencen a este campo los ítems 19, 29 y 36. La consecución de un crédito ECTS supone para el estudiante entre 25 y 30 horas de trabajo. Este campo de valoración intenta medir el esfuerzo del alumno dentro y fuera del aula, y la relación entre el método ABP y ese esfuerzo.

Las Tablas 27 y 28 recogen los resultados de las preguntas 19 y 29 (esfuerzo necesario para superar la parte práctica y la teórica (examen final)). Las conclusiones son poco homogéneas. El alumno, de forma débil, percibe que el esfuerzo es mayor para la parte práctica. Y, en la pregunta 36 la mayoría afirma que con el método ABP se reducen las horas de estudio necesarias para superar el examen final.

CONFORMIDAD	19	29	36
Baja	35,3%	21,5%	17,6%
Media	33,3%	37,3%	17,6%
Alta	23,5%	39,2%	62,7%
No sabe/No contesta	7,8%	2%	2%
MEDIA	2,83	3,26	3,62
DESVIACIÓN TÍPICA	1,007	1,139	1,086
Correlación de Pearson	,168	,103	,276
Correlación conjunta		,287	

Tabla 14. Resultados asignatura "Macroeconomía"

CONFORMIDAD	19	29	36
Baja	39,1%	13,0%	17,4%
Media	37,0%	50,0%	21,7%
Alta	23,9%	34,8%	58,7%
No sabe/No contesta	-	2,2%	2,2%
MEDIA	2,80	3,20	3,64
DESVIACIÓN TÍPICA	1,240	1,036	1,090
Correlación de Pearson	,229	-,027	,461**
Correlación conjunta		,236	

Tabla 15. Resultados asignatura "Teoría de Precios"

3.14 Campo de valoración: Horas de estudio dedicadas a las asignaturas

La Tabla 29-30 muestra que un 37,7% de los alumnos dedica cuatro horas semanales al estudio de Macroeconomía y un 29,4% tres horas. A la asignatura Teoría de Precios, un 43,5% de los alumnos dedica 3 horas semanales, y ninguno de ellos 4 o 5 horas.

Número de horas de estudio semanales	Macroeconomía	Teoría de precios
1	3,9%	15,2%
2	13,7%	37,0%
3	29,4%	43,5%
4	37,3%	0%
5	9,8%	0%
6	5,9%	2,2%
MEDIA	3,53	3,49
DESVIACIÓN TÍPICA	1,155	1,180
Correlación de Pearson	-,130	-,173

Tabla 29-30. Resultados "Horas de estudio semanales dedicadas a las asignaturas"

3.15 Campo de valoración: Valoración final del método (ítem 38)

CONFORMIDAD	Macroeconomía	Teoría de Precios
Baja	7,9%	6,5%
Media	3,9%	17,4%
Alta	88,2%	76,1%
No sabe/No contesta	-	-
MEDIA	4,14	3,98
DESVIACIÓN TÍPICA	,895	1,000

Tabla 16-32. Valoración del Método "ABP" para ambas asignaturas

4. CONCLUSIONES

En general, los resultados obtenidos son alentadores. Los alumnos valoran de forma muy positiva el sistema de enseñanza, y al compararlo con el sistema de enseñanza habitual, muestran preferencia por el método ABP. El campo de valoración "motivación" muestra resultados muy buenos, el alumno acude a clase más motivado y con una actitud positiva hacia el aprendizaje.

Los resultados analizados en campos como: uso de manuales especializados, capacidad de análisis/síntesis u horas de trabajo dedicadas al estudio fuera del aula, nos hacen pensar que el alumno dedica poco esfuerzo al análisis y estudio de manuales especializados, a la hora de prepararse para el examen final. Estos resultados sugieren la conveniencia de reducir las horas de exposiciones teóricas, la participación del profesor en las sesiones prácticas o el material disponible para los alumnos (transparencias); ya que si los alumnos se limitan a estudiar las diapositivas, elaboradas por el profesor, el propósito del método no se cumple. Por otra parte, para superar los objetivos planteados para la asignatura, es necesario que el trabajo colaborativo se desarrolle con éxito, en este campo los alumnos consideran que han adquirido estas habilidades, sin embargo, nos encontramos con problemas de organización dentro de los equipos, agudizados por los amplios grupos de alumnos (más de 80), que suponen un gran problema para administrar el tiempo del profesor, ya sea para resolver y apoyar a los equipos en las sesiones prácticas o a la hora de evaluar.

Por último, el campo de valoración: horas de trabajo dedicadas a la práctica y horas de trabajo dedicadas a la teoría, nos hacen constatar el hecho de que la actividad del alumno dentro del aula ha aumentado, si bien recordamos que los resultados en este campo fueron heterogéneos. Este resultado puede ser positivo, si suponemos que el esfuerzo del alumno para superar la parte teórica también aumenta; el problema lo encontramos cuando observamos que algunos alumnos no se encuentran motivados en esta tarea, se conforman con los conocimientos adquiridos en clase y afrontan el examen final obteniendo calificaciones bajas.

5. BIBLIOGRAFÍA

Bas Peña, E. (2011). "Aprendizaje basado en problemas". Cuadernos de Pedagogía, 409, 42-22.

EL “APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS” EN EL GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE
MERCADOS: APLICACIÓN A LAS ASIGNATURAS “MACROECONOMÍA” Y “TEORÍA DE PRECIOS”

Escribano, A., Del Valle, A. (2008). *El Aprendizaje Basado en Problemas: Una propuesta metodológica en Educación Superior (1ª ed.)*. Madrid: Narcea.

Echevarría, P., Gómez, R. (2009). *Manual de aprendizaje basado en problemas: nuevas metodologías de aprendizaje en la convergencia europea (1ª ed.)* Murcia: Diego Martín.

Fernández, M., García, J.N., Caso, J. N., Fidalgo, R., Arias, O. (2006). “El aprendizaje basado en problemas: revisión de estudios empíricos internacionales”. *Revista de Educación*, 341, 397-418.

Sola, C. *et al.* (2006). *ABP de la teoría a la práctica*. Sevilla: Eduforma.

Zabalza, M. A. (2003). *Competencias docentes del profesorado universitario. Calidad y desarrollo profesional*. Madrid: Narcea.

ANEXO. CUESTIONARIO

1.	Considero que he aprendido los conceptos básicos de Teoría de Precios
2.	Me he sentido motivado e interesado respecto al contenido de la materia Teoría de Precios
3.	El método “ABP” fomenta la asistencia a clase
4.	El método “ABP” ha conseguido que me interese y motive más la asignatura
5.	Con el método “ABP” soy más eficiente a la hora de trabajar de forma autónoma
6.	He aprendido a utilizar los conceptos macroeconómicos para explicar determinados fenómenos económicos
7.	El método “ABP” favorece la participación en clase y mejora nuestra comunicación oral en público
8.	La resolución de los casos me ayuda a comprender la realidad económica
9.	El método “ABP” me ayuda a comprender los contenidos teóricos de la asignatura
10.	Con el método “ABP” he adquirido las competencias necesarias para el desarrollo de trabajos en equipo
11.	Prefiero el trabajo en equipo al individual de cara a la resolución de los casos
12.	Mi habilidad para exponer ideas y conceptos económicos a un grupo ha mejorado con el método “ABP”
13.	Mi capacidad de análisis ha mejorado con el desarrollo de la asignatura Teoría de Precios
14.	La plataforma Web-CT ha sido una herramienta clave en el seguimiento de la asignatura
15.	La plataforma Web-CT ha estado muy bien organizada
16.	Con los trabajos y casos elaborados he adquirido conocimientos útiles para la búsqueda de información en manuales especializados
17.	El material ofrecido en clase (transparencias y casos) es suficiente para la preparación del examen final
18.	A la hora de preparar el examen final he recurrido a los manuales de la asignatura
19.	El esfuerzo necesario para superar la parte práctica es inferior al necesario para superar la parte teórica
20.	En conjunto, todo el material disponible (ejercicios, transparencias, soluciones, etc.) ha resultado adecuado para el desarrollo de la asignatura
21.	El método “ABP” mejora la capacidad de investigación y búsqueda de información de forma autónoma
22.	Mi capacidad de síntesis ha mejorado con el desarrollo de la asignatura Teoría de Precios
23.	Con las actividades desarrolladas puedo explicar fenómenos económicos a un público no especializado
24.	A la hora de trabajar en grupo no he tenido ningún problema, todos hemos participado y ha habido un buen clima
25.	El trabajo de las sesiones prácticas se dividió de forma equitativa dentro del grupo
26.	La evaluación del trabajo de mis compañeros dentro de grupo fue correcta
27.	Preferiría resolver individualmente los casos
28.	La asignatura Teoría de Precios es relevante para los estudios de investigación y técnicas de mercado
29.	Las horas de trabajo dedicadas al desarrollo de trabajos en clase superan a las dedicadas al trabajo y estudio fuera de clase
30.	Con el ABP he conseguido entender y asumir mejor los conceptos principales de la asignatura, en comparación con las que siguen el método tradicional
31.	Preferiría cursar asignaturas que siguieran este método “ABP”
32.	El sistema de evaluación reconoció de forma adecuada mi trabajo dentro del grupo
33.	Con el método “ABP” he aumentado mis habilidades en la búsqueda, el análisis y la expresión de términos económicos
34.	Los conceptos de Teoría de Precios aprendidos son muy útiles para completar nuestra formación en Marketing
35.	Con la exposición de trabajos en clase he mejorado mi expresión oral en público
36.	Con el método “ABP” se reducen las horas de estudio necesarias para afrontar el examen final
37.	Con el método “ABP” se aprende más que con el método de enseñanza tradicional
38.	Mi valoración del método “ABP” es muy positiva