



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA MADRE Y MAESTRA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, HUMANIDADES Y ARTES
CENTRO DE EXCELENCIA PARA LA INVESTIGACIÓN Y DIFUSIÓN DE LA LECTURA Y
ESCRITURA (CEDILE)**

***PROGRAMA DE ALFABETIZACIÓN ACADÉMICA
DIPLOMADO DE LECTURA Y ESCRITURA A TRAVÉS DEL CURRÍCULO EN EL NIVEL SUPERIOR***

**Implementación de estrategias para la producción de un
informe expositivo - analítico en la asignatura
Investigación y Análisis de Mercado I.**

Eugenio Díaz Hernández

7 de junio 2018



Introducción

En la reflexión de nuestra práctica docente observamos debilidades de parte de los estudiantes en la elaboración de informes expositivos y analíticos. Algunas de ellas tienen que ver, específicamente, con la estructura para organizar y presentar las ideas e informaciones. La elaboración de informes es uno de los trabajos escritos que más utilizamos en nuestra asignatura.



Introducción

Para solucionar el problema planteado, hemos implementado estrategias que incluyen la presentación y discusión de consignas, guías con preguntas y evaluación con rúbricas para cada informe expositivo – analítico desarrollado durante el período. Nuestro propósito fue de producir una mejoría en la redacción de informes de los estudiantes en el período académico enero - abril 2018 de la asignatura Investigación y Análisis de Mercado I, de la carrera de Mercadotecnia.



Introducción

Según Chávez (1998, p. 237) “el informe es una forma de comunicación escrita que se emplea actualmente en las empresas e instituciones públicas y privadas con distintos fines prácticos: manejo de información, análisis o exposición de hechos, resumen de actividades”. Chávez presenta varios tipos de informes: informes expositivos, interpretativos y demostrativos.

La estructura básica del informe es: introducción o presentación, desarrollo de las ideas y conclusión.



Pregunta de investigación

¿Qué mejoras en la estructura y la redacción de los informes expositivo - analíticos produce la implementación de consignas, guías de preguntas y rúbrica de evaluación?



Objetivos

Implementar estrategias para producir informes expositivos y analíticos que contribuyan con el desarrollo del pensamiento crítico y el dominio del género en los estudiantes de la asignatura de Investigación y Análisis de Mercado I de la Carrera de Licenciatura en Mercadotecnia.

Objetivos específicos

- Aplicar estrategias para la interpretación de consignas y guías de preguntas con el fin de producir textos académicos adecuados a una situación comunicativa.
- Evaluar los informes a través de la utilización de rúbricas.



Hipótesis

La implementación de consignas, guías de preguntas y evaluación con rúbricas produce una mejoría en la redacción de informes expositivo – analíticos, el desarrollo del pensamiento crítico y el dominio del género en los estudiantes de la carrera de Mercadotecnia.



Metodología

Esta es una investigación – acción cualitativa y cuantitativa.

Se les propuso a los estudiantes tres actividades prácticas concebidas para recolectar y analizar datos del mercado. Tras la realización de cada actividad, redactaron un informe.



Metodología

✓ Sesiones de grupo





Metodología

✓ ExpoMarketing PUCMM 2018





Metodología

- ✓ Visita guiada a la Oficina Nacional de Estadísticas, ONE





Instrumentos

- Las consignas.
- La guía para la elaboración del informe.
- Rúbrica de evaluación del informe.



Población y muestra

La investigación se llevó a cabo con 16 estudiantes que cursaban la asignatura de Investigación / Análisis de Mercado I, de la Licenciatura en Mercadotecnia, en el período enero – abril del año 2018.

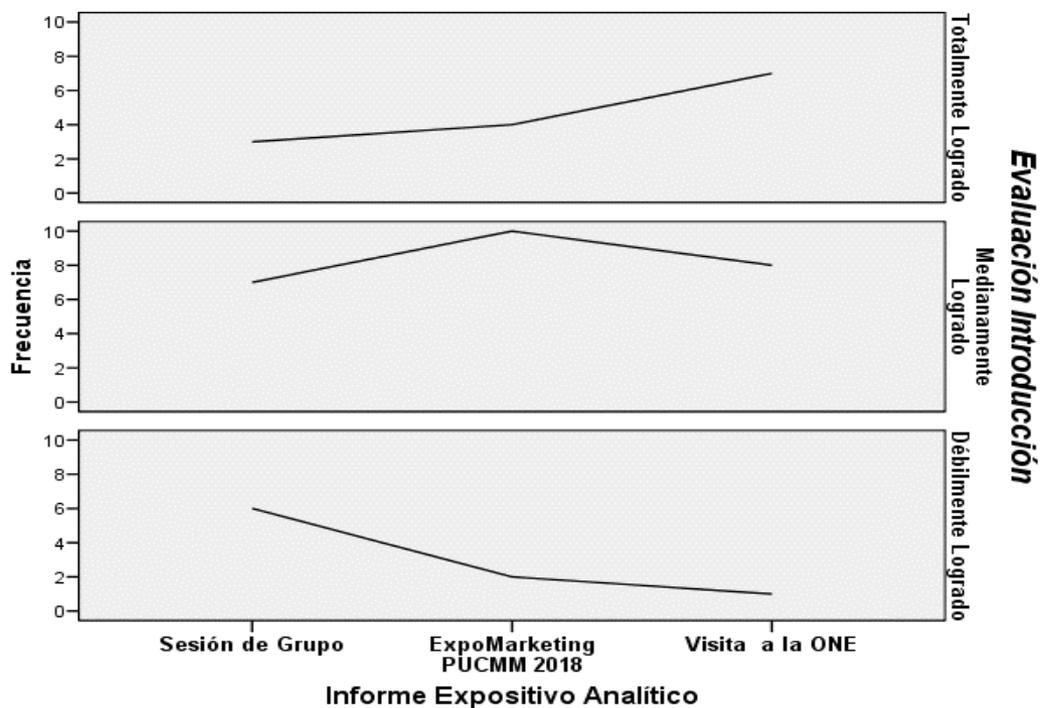
Se realizaron las tres actividades con la totalidad de los estudiantes que conformaban la población.



Resultados

Evaluación Introducción

		Totalmente logrado	Medianamente Logrado	Débilmente Logrado	Total
Informes	1. Sesión de Grupo	3	7	6	16
	2. ExpoMarketing PUCMM	4	10	2	16
	3. Visita a la ONE	7	8	1	16
Total		14	25	9	48

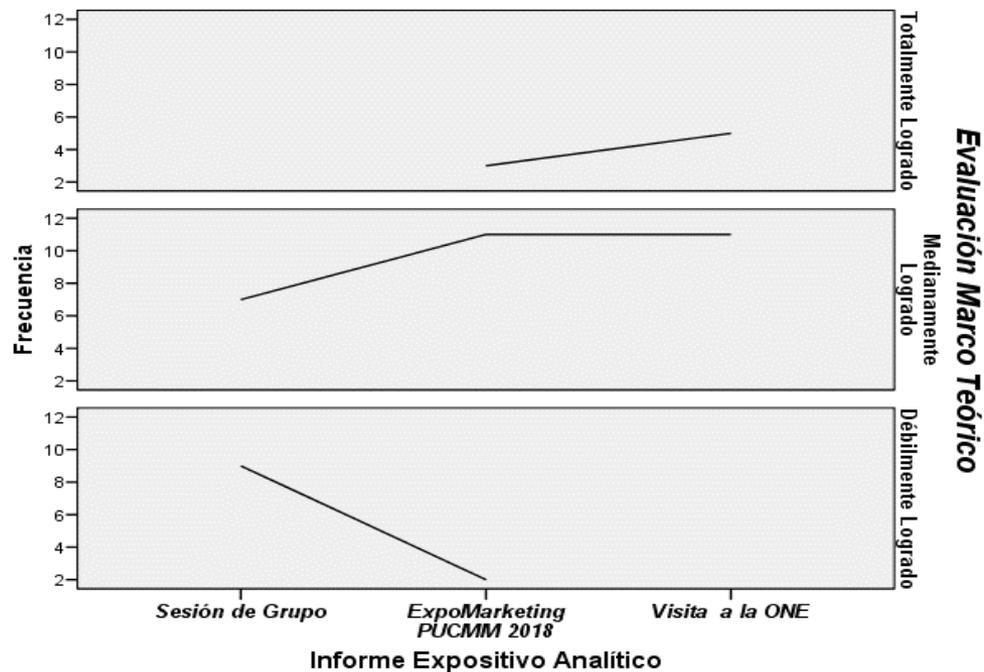




Resultados

Evaluación Marco teórico

		Totalmente logrado	Medianamente logrado	Débilmente logrado	Total
Informes	1. Sesión de Grupo	0	7	9	16
	2. ExpoMarketing PUCMM	3	11	2	16
	3. Visita a la ONE	5	11	0	16
Total		8	29	11	48

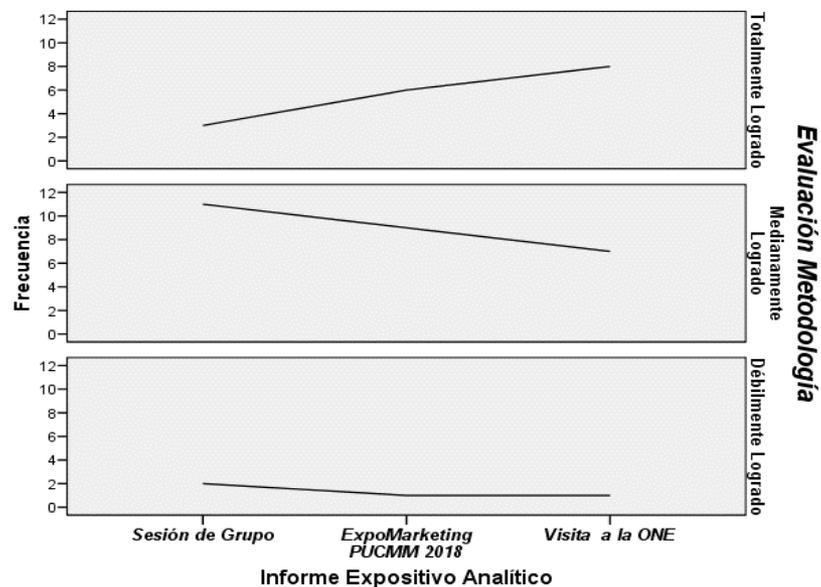




Resultados

Evaluación de la Metodología

		Totalmente logrado	Medianamente logrado	Débilmente logrado	Total
Informes	1. Sesión de Grupo	3	11	2	16
	2. ExpoMarketing PUCMM	6	9	1	16
	3. Visita a la ONE	8	7	1	16
Total		17	27	4	48

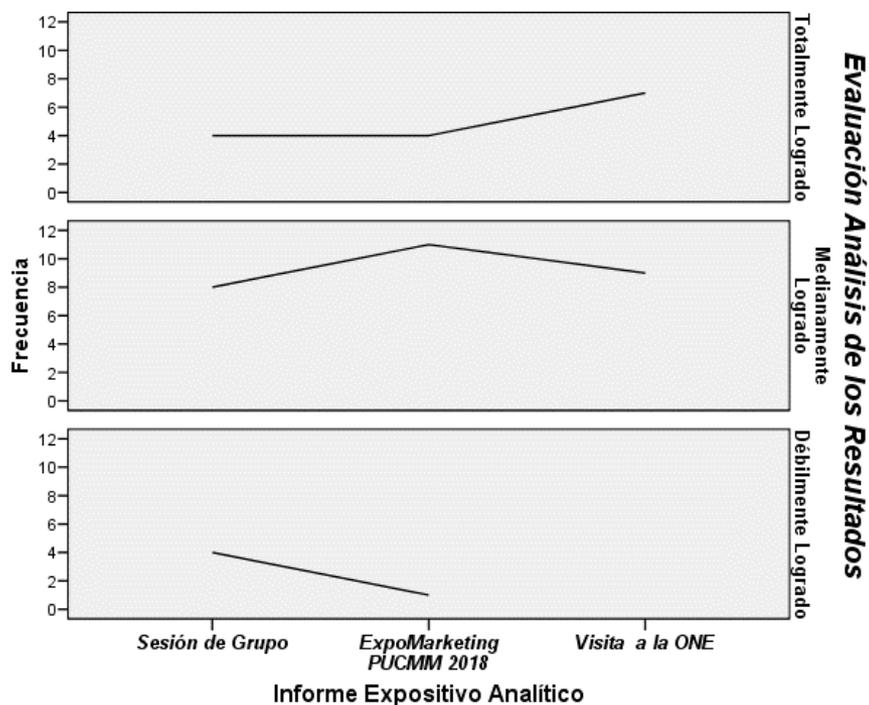




Resultados

Evaluación Análisis de los resultados

		Totalmente logrado	Medianamente logrado	Débilmente logrado	Total
Informes	1. Sesión de Grupo	4	8	4	16
	2. ExpoMarketing PUCMM	4	11	1	16
	3. Visita a la ONE	7	9	0	16
Total		15	28	5	48

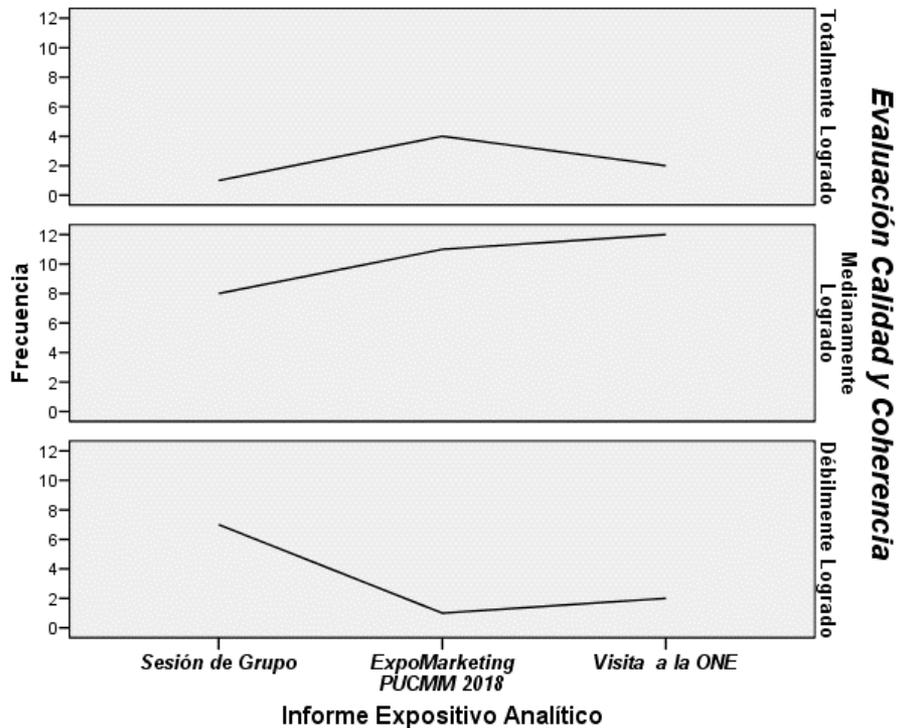




Resultados

Evaluación de la calidad y coherencia

		Totalmente logrado	Medianamente logrado	Débilmente logrado	Total
Informes	1. Sesión de Grupo	1	8	7	16
	2. ExpoMarketing PUCMM	4	11	1	16
	3. Visita a la ONE	2	12	2	16
Total		7	31	10	48





Conclusiones

- Las actividades realizadas para la producción de los tres informes expositivos – analíticos enfrentó a los estudiantes a retos que les exigió dedicación. Para esto tuvieron que planificar y organizar esquemas de trabajo, a fin de mejorar su desempeño.
- Los dieciséis estudiantes reportaron algunas mejoras en la estructura y la construcción de las ideas en la elaboración de informes.



Conclusiones

- Producir los informes utilizando la rúbrica para evaluarlos facilitó el proceso de producción de los estudiantes.
- Los resultados indicaron que el uso de las estrategias contribuyó a la mejoría en la redacción de informes; también les ayudó a organizar todos los datos que necesitaban y a descartar rápidamente los que no eran relevantes para la producción de su informe.



Agradecimiento

A la PUCMM por implementar este importante programa de desarrollo docente.

Gracias al personal del CEDILE, nuestra profesora y la profesora acompañante por su dedicación, motivación y aliento.

A nuestros compañeros profesores del Diplomado, por la experiencia compartida.

Agradezco la oportunidad que me ha ofrecido este Diplomado de evaluar y mejorar mi práctica docente.



Y para terminar...

«La impresión de que los universitarios no saben cómo leer depende, con frecuencia, del hecho de que no saben por qué están leyendo los textos asignados. Esta falta de propósito, a su vez, obedece a la forma en que la lectura es propuesta en las materias» (Gottschalk y Hjortshoj, 2004, p. 121).