

Un nuevo método de enseñanza basado en la práctica real

Por Andrés Vidal Rivadeneira Toledo

El Enfoque Educativo de Empresa logra que los estudiantes desde el primer curso de universidad, practiquen de manera real con empresas y clientes.

Di a conocer el Enfoque Educativo de Empresa (EEE) mediante mi tesis de maestría de diseño curricular en la Universidad de Guayaquil. Se trata de el primer enfoque educativo capaz de preparar profesionalmente a un estudiante universitario de cualquier carrera. A diferencia los métodos de enseñanza tradicionales, que proporcionan solo información y tornan la clase en tediosa y aburrida, el EEE capta toda la atención de los estudiantes, porque permite que ellos sean ejecutivos de una empresa y se diviertan tomando decisiones, aunque se equivoquen.

Las correcciones que realiza el docente permiten usar luego los datos y sugerencias para cambiar de estrategia y modificar lo que está equivocado en las ideas propuestas. Toda acción que realizan los estudiantes con sus clientes, es evaluada. En un principio, para poder realizar las prácticas, los estudiantes tenían que pertenecer a cursos superiores, pero hoy se empieza desde los primeros cursos. Los comentarios de los estudiantes son entusiastas. Este es un momento muy emocionante: por fin se verá cómo se puede utilizar un enfoque educativo para crear y compartir la propia empresa.

A sus 20 años de edad, John Medina, dice disfrutar sus clases de Publicidad al máximo, pues el profesor no lo trata como estudiante, sino como ejecutivo y profesional que asume el quehacer profesional en la práctica.

«Eso nos eleva nuestra autoestima, pero al mismo tiempo, nos aporta seguridad en lo que hacemos. Nosotros nos sentimos publicistas y marqueteros; capaces de resolver situaciones como analizar en qué medios de comunicación vamos a pautar la publicidad que creamos, o cómo transmitir claramente las ideas implementando estrategias creativas para comunicar lo que el cliente desea sobre su producto o servicio», señala este alumno de Publicidad y Mercadotecnia.

El EEE nació en las mismas aulas universitarias. Noté que los profesores leían el papelógrafo¹ que llevaban, repetían lo que decía un libro o proyectaban una película, mientras los estudiantes no prestaban atención. Pensé que tenía que haber algo nuevo y me pregunté: ¿por qué no traer a las empresas al salón de clases?

Con el EEE los estudiantes se convierten en ejecutivos, son parte de una empresa formada por cinco de ellos y tienen su propio cliente. Lo presentan en clase para que se conozcan sus necesidades o *briefing*. Este *briefing*, lo analizan —o realizan un *desbriefing*— para luego

crear un *contrabriefing* que es la comprobación de la información del cliente. La «agencia» se reúne nuevamente con el cliente para fijar objetivos mercadotécnicos y publicitarios. Con esta nueva información, realizan un comité creativo donde aplican técnicas de creatividad para despertar o sugerir ideas, que luego el departamento creativo desarrollará estratégicamente. El cliente aprueba los bocetos y se compromete ante la «agencia» a asistir a la presentación de la propuesta para su empresa en un «creativo show» que presentarán ante autoridades, invitados especiales, estudiantes y público en general. De esta forma los proyectos son evaluados por las autoridades y el público, la comunidad.

El EEE es único. No existe ninguna universidad, ni en Ecuador ni en el mundo, que lo aplique desde los primeros cursos. A los estudiantes primerizos no se les da valor, se considera que no saben nada y no tienen experiencia, los llenan de información, tornando las clases en aburridas, frías y tediosas, logrando desmotivarlos y que deserten de la Carrera. Con el EEE, al formar sus propias empresas en número de cinco, los alumnos pueden vivir y sentir la experiencia de ser ejecutivos y enfrentarse a un problema real, confrontar a un cliente, manejar un producto o un servicio, satisfacer las necesidades de un grupo objetivo. De esta manera, es posible ayudar a los estudiantes, a conocer, comprender y entender sus problemas humanos, motivándoles a continuar sus estudios y no abandonarlos.

Publicado el 14/04/2012

-
1. N. de la R. El papelógrafo también es conocido como «rotafolios». Consiste en una tabla (generalmente vertical de un metro por medio metro) montada sobre un trípode sobre la que se coloca un *block* de papel de gran tamaño para utilizar a modo de pizarra.

FOROALFA

ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/un-nuevo-metodo-de-ensenanza-basado-en-la-practica-real>

