

XI JORNADAS DE REDES DE INVESTIGACIÓN EN DOCENCIA UNIVERSITARIA

Retos de futuro en la enseñanza superior:
Docencia e investigación para alcanzar la excelencia académica



ISBN: 978-84-695-8104-9

XI JORNADES DE XARXES D'INVESTIGACIÓ EN DOCÈNCIA UNIVERSITÀRIA

Reptes de futur en l'ensenyament superior:
Docència i investigació per a aconseguir l'excel·lència acadèmica

Coordinadores

María Teresa Tortosa Ybáñez

José Daniel Álvarez Teruel

Neus Pellín Buades

© **Del texto: los autores**

© **De esta edición:**

Universidad de Alicante

Vicerrectorado de Estudios, Formación y Calidad

Instituto de Ciencias de la Educación (ICE)

ISBN: 978-84-695-8104-9

Revisión y maquetación: Neus Pellín Buades

Análisis comparativo de la evaluación docente de “Investigación Comercial” entre Grado y Licenciatura: Impacto del nuevo EEES

F.M. Sancho Esper; F.J. Mas Ruiz; L. Palos Ugarte; M.L. Enguix Vaño

*Departamento de Marketing
Universidad de Alicante*

RESUMEN (ABSTRACT)

La puesta en marcha del Espacio Europeo de Educación Superior ha permitido adaptar la asignatura de Investigación Comercial a los nuevos métodos de enseñanza-aprendizaje. Nuestro trabajo evalúa el impacto de la implantación de los instrumentos de evaluación continua a través de un análisis comparado de la evaluación docente (notas de los alumnos) de Investigación Comercial del Grado con la de Dirección Comercial II de la Licenciatura ya extinguida. Los resultados evidencian un incremento sustancial en el número de alumnos presentados al examen final y un mayor porcentaje de alumnos aprobados en la asignatura del Grado. Asimismo, destacan las notas elevadas obtenidas por los alumnos del Grado en los exámenes parciales y en la participación en clase. En este sentido, la evaluación de la asignatura con instrumentos de evaluación continua y final supone importantes ventajas con respecto a la evaluación apoyada exclusivamente en el examen final.

Palabras clave: Evaluación del aprendizaje, Grado, Licenciatura, Evaluación continua.

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Problema/cuestión.

El Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) destaca la importancia de las competencias para el aprendizaje del alumno y supone un cambio radical con respecto al tradicional aprendizaje apoyado en los contenidos (Delgado, 2006; Blanco, 2009). La mera transmisión de conocimientos y de contenidos debe ser transformada en una nueva formación de las competencias de “ocupabilidad” que un graduado tendrá que utilizar en el mundo del trabajo (Rodríguez, Álvarez, Figuera y Rodríguez, 2009). Este nuevo contexto educativo también establece como objetivo fundamental la adecuación e idoneidad de los instrumentos de evaluación en relación a los objetivos, contenidos y competencias de una asignatura (Brown y Glasner, 2007; Delgado, 2006; Gómez y Grau, 2010). Los nuevos sistemas de evaluación deben orientarse a medir la adquisición de las competencias generales de la titulación, así como de las específicas de la asignatura por parte del alumnado. Estos sistemas deben apoyarse en una metodología de evaluación continua del alumno (Delgado, Borge, García, Oliver y Salomón, 2006) que fomente la participación e interacción (Morell, 2009; López, 2005) y el trabajo autónomo (Rué, 2009). En particular, nuestro trabajo se enfoca en la evaluación continua del alumno.

1.2 Revisión de la literatura.

El actual contexto de transición al EEES exige un esfuerzo en la adaptación de las asignaturas a la nueva metodología de enseñanza-aprendizaje. En el ámbito de las enseñanzas en el Grado de Administración y Dirección de Empresas (ADE), algunos trabajos, como el de Núñez, Ceular y Rey (2010), plantean nuevas propuestas docentes para la asignatura de Dirección Comercial que son evaluadas con un trabajo monográfico (que supone el 20% de la nota final de la asignatura) junto a dos exámenes parciales (que representan el 80% de la nota final). Sin embargo, no hemos detectado estudios que examinen la implantación de la metodología de evaluación continua en la asignatura de Investigación Comercial. Nuestro trabajo analiza el impacto de la implementación de la herramienta de evaluación continua en una asignatura que se imparte por primera vez en el Grado de ADE dentro del EEES, tomando como referencia la evaluación realizada en la extinta titulación de la Licenciatura en ADE de los cursos anteriores. Específicamente, se pretende evaluar el impacto de la evaluación continua sobre las notas de los alumnos.

1.3 Propósito.

El objetivo del trabajo consiste en examinar el efecto de la implantación de los instrumentos de evaluación continua a través de un análisis comparado de la evaluación docente (notas de los alumnos) de Investigación Comercial del 2º curso del Grado en Administración y Dirección de Empresas con la de Dirección Comercial II de 3º curso de la Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas. Para ello, el diseño metodológico utilizado en este trabajo se apoya en la aplicación de diferentes análisis estadísticos descriptivos sobre la información de las notas de los alumnos que figuran en las Actas, de las notas del examen final tipo test y de las notas de la evaluación continua.

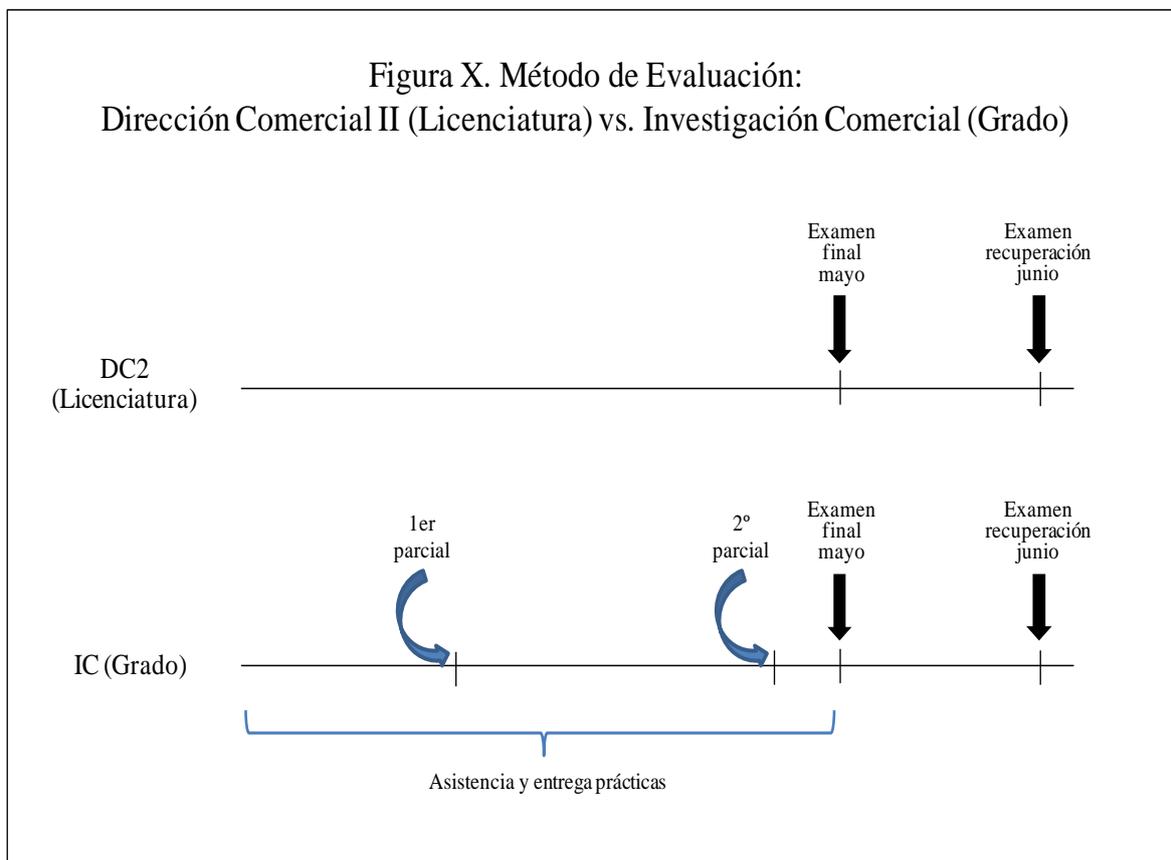
2. METODOLOGÍA

2.1. Diseño metodológico.

El diseño metodológico desarrollado en orden a alcanzar los objetivos planteados implica implantar la evaluación continua como nuevo instrumento docente en la asignatura Investigación Comercial del Grado en ADE. Esta evaluación continua supone una ponderación del 50% en la nota final, y distingue una primera prueba parcial teórico-práctica (con varias preguntas de desarrollo y problemas) que es ponderada con un 20% de la nota final, una segunda prueba parcial teórico-práctica (con varias preguntas de desarrollo y problemas) que es ponderada con un 20%, y la participación en clase (contempla la asistencia y entrega de prácticas durante todo el cuatrimestre) que es ponderada con un 10%. Dicha evaluación continua es complementada con el examen final (50 preguntas tipo test), el cual tiene una ponderación del restante 50% de la nota final. Esta forma compuesta de evaluación será comparada con la forma simple de evaluación aplicada en la asignatura Dirección Comercial II de la Licenciatura en ADE, que sólo se apoya en el examen final (50 preguntas tipo test) y que supone una ponderación del 100% de la nota final. La siguiente Figura ilustra el análisis comparado de la evaluación de ambas asignaturas.

En particular, se efectúa un análisis estadístico que compara las notas finales recogidas en las Actas de la asignatura de Investigación Comercial del curso 2011-2012 de implantación de la evaluación continua con las obtenidas en los cursos anteriores 2008-2009, 2009-2010 y 2010-2011 en Dirección Comercial II. Asimismo, el análisis distingue, por un lado, las notas obtenidas en el examen final tipo test en las dos convocatorias de exámenes oficiales (mayo y junio) previstas en el curso 2011-12 tanto

para la Licenciatura como para el Grado y, por otro lado, las notas de las pruebas parciales y de participación en clase previstas en la evaluación continua del Grado en el curso 2011-12.



3. RESULTADOS

3.1. Análisis de las notas finales disponibles en las Actas.

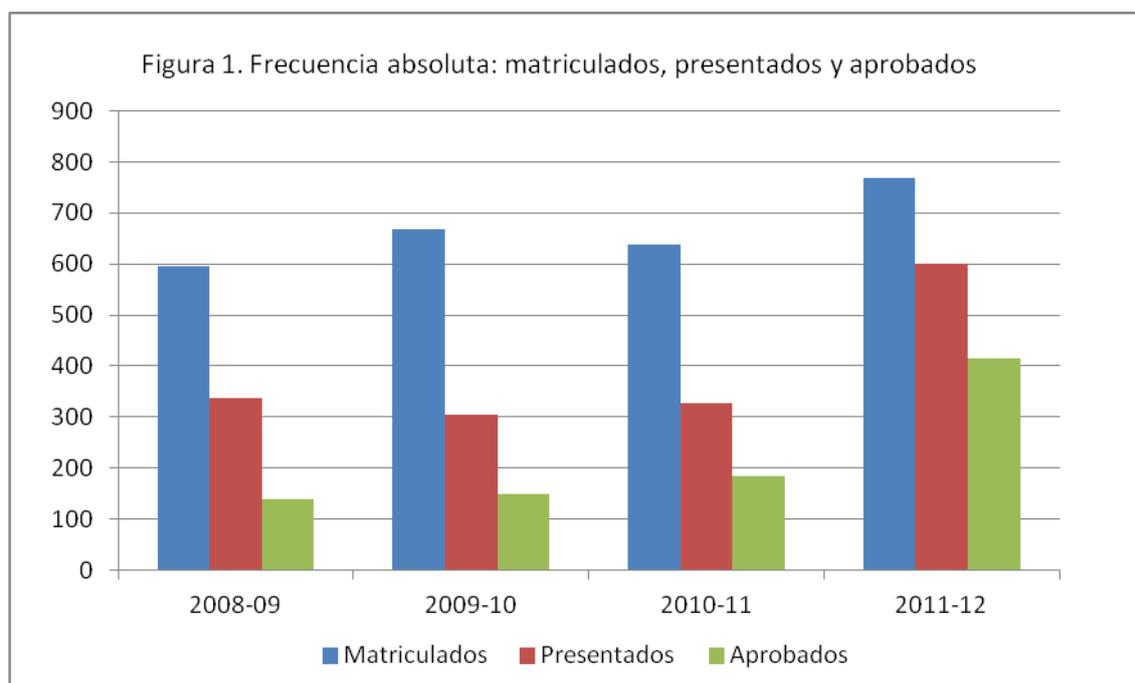
Esta sección efectúa una comparación de las notas disponibles en las Actas entre la población de alumnos matriculados en la asignatura Investigación Comercial del curso de implantación del Grado y la población de alumnos matriculados en Dirección Comercial II de la Licenciatura en los tres cursos académicos anteriores al de implantación del Grado.

En la tabla 1 y Figura 1 se presenta el número de alumnos matriculados y de aprobados en tres cursos académicos de Dirección Comercial II (Licenciatura) y en el curso de implantación de Investigación Comercial (Grado). Los resultados evidencian un incremento sustancial en el número de alumnos matriculados en la asignatura de Investigación Comercial en el curso 2011-2012 (768 matriculados) de implantación del Grado en relación a los matriculados en Dirección Comercial II en los cursos 2008-2009 (596 matriculados), 2009-2010 (668 matriculados) y 2010-2011 (638 matriculados) de

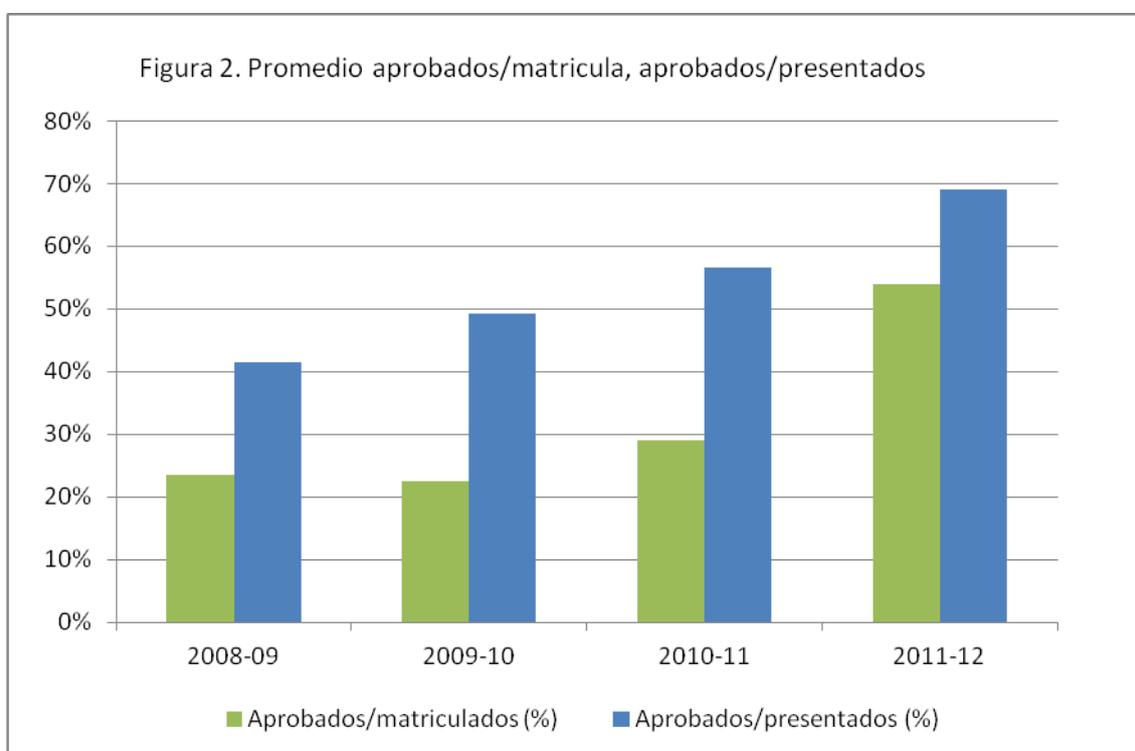
la Licenciatura. Ello puede venir explicado porque se “extingue” la Licenciatura. Asimismo, la tabla revela la misma tendencia en el número y porcentaje de alumnos presentados al examen de la asignatura, que prácticamente pasa a duplicar el número de presentados entre los cursos 2010-2011 (327 presentados, 51%) y 2011-2012 (600 presentados, 78%) tras la implantación del Grado. Ello puede obedecer a que el nuevo EEES supone un mayor control del esfuerzo del alumno a través de la evaluación continua e incentiva a que los alumnos se presenten a los exámenes.

Tabla 1. Matriculados, presentados, aprobados y notas obtenidas en D. Comercial II (Licenciatura) e I. Comercial (Grado) por curso

	Licenciatura			Grado
	2008-09	2009-10	2010-11	2011-12
Matriculados	596	668	638	768
Presentados	337	304	327	600
Presentados (%)	56,5%	45,5%	51,3%	78,1%
Aprobados	140	150	185	414
Aprobados/matriculados (%)	23,49%	22,46%	29,00%	53,91%
Aprobados/presentados (%)	41,54%	49,34%	56,57%	69,00%
Nota media	4,14	4,48	4,65	4,33
Desviación típica	1,32	1,58	1,59	1,75



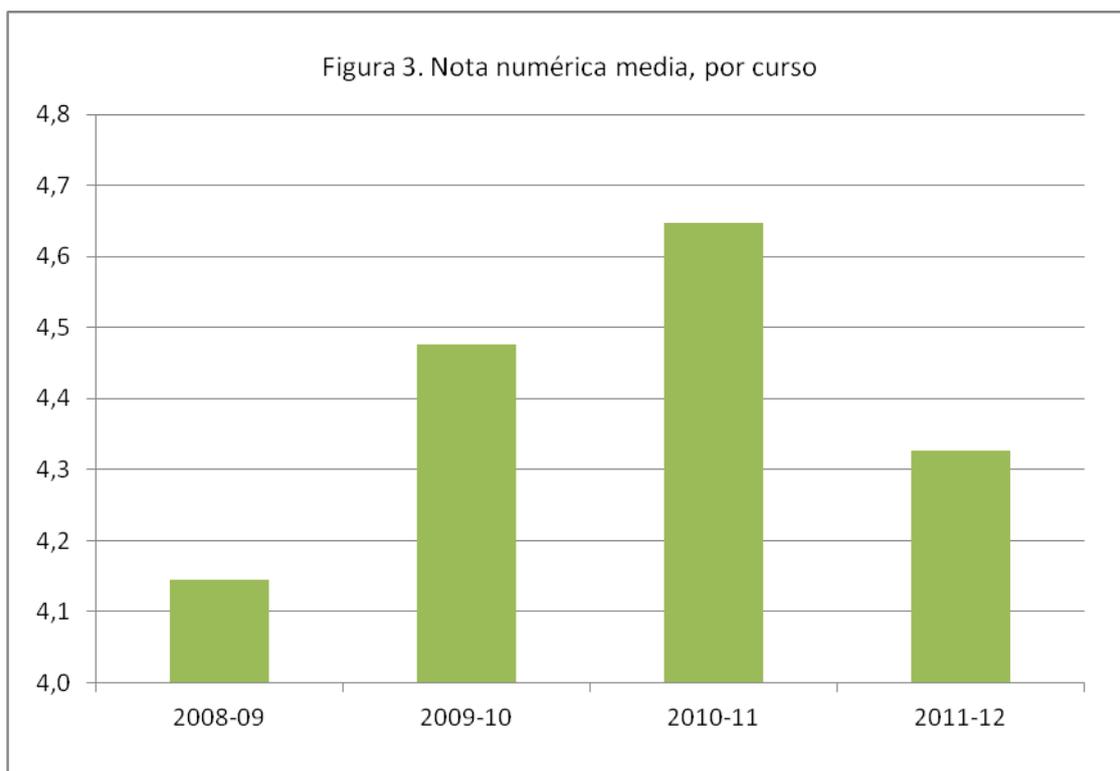
Esta misma tendencia se mantiene cuando se analizan los datos de los alumnos aprobados. Así, el porcentaje de alumnos aprobados sobre los matriculados (ver Tabla 1 y Figura 2) aumenta notablemente del 29% en 2010-11 en Dirección Comercial II (Licenciatura) al 54% en 2011-2012 en Investigación Comercial (Grado). Este efecto también se manifiesta cuando se utilizan datos del porcentaje de alumnos aprobados sobre los presentados al examen (ver Tabla 1 y Figura 2), que experimentan un crecimiento considerable del 56% en 2010-2011 en Dirección Comercial II (Licenciatura) hasta alcanzar el 70% en 2011-2012 en Investigación Comercial (Grado). Ello sugiere que se presentan los alumnos que han estudiado previamente en la evaluación continua y tienen más posibilidades de aprobar.



Finalmente, en la tabla 1 y en la Figura 3 se ofrece la nota media obtenida por los alumnos en tres cursos académicos de Dirección Comercial II (Licenciatura) y en el curso de implantación de Investigación Comercial (Grado). La evolución de la nota media obtenida muestra una ligera disminución de la misma, que pasa de 4,65 (la nota mayor) en Dirección Comercial II (Licenciatura) a 4,33 en Investigación Comercial (Grado). En este sentido, parece que al presentarse más alumnos en Investigación Comercial (Grado), hay más posibilidades de que muestren una mayor variación de sus

conocimientos de la asignatura, por lo que la nota es más baja que en Dirección Comercial II (Licenciatura).

En suma, los resultados obtenidos evidencian que la puesta en marcha del Grado implica un aumento del número de estudiantes que se presentan a los exámenes, así como del ratio de aprobados, aunque la calificación promedio disminuye.



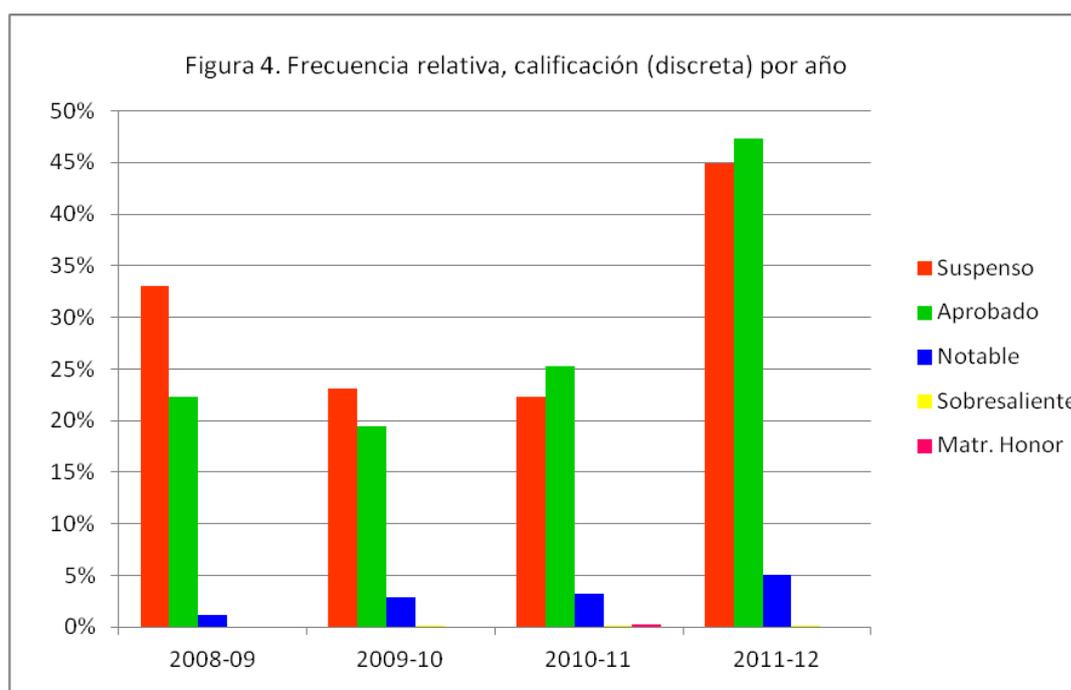
Un análisis alternativo de las notas recogidas en las Actas también se puede realizar desde la perspectiva de las frecuencias de las notas (no presentado, suspenso, aprobado, notable, sobresaliente y matrícula de honor) en los tres cursos académicos de Dirección Comercial II (Licenciatura) y en el curso de implantación de Investigación Comercial (Grado). Los resultados (ver tablas 2 y 3 y Figura 4) muestran, en general, que los alumnos no presentados desaparecen prácticamente con el Grado, al disminuir de 311 en el curso 2010-11 de la Licenciatura a 20 en el curso 2011-12 del Grado. Además, se manifiesta un incremento del porcentaje de aprobados y de suspensos en el curso 2011-2012 de implantación del Grado. Finalmente, se incrementa el porcentaje de notables del 3,3% al 5,1%. En este sentido, parece que el Grado fomenta que el alumno se presente a los exámenes de la asignatura (ver Tabla 1), evitando una posición “pasiva” del estudiante.

Tabla 2. Frecuencias absolutas de las notas de D. Comercial II (Licenciatura) e I. Comercial (Grado) por curso

Nota	Licenciatura			Grado
	2008-09	2009-10	2010-11	2011-12
No presentado	259	364	311	20
Suspenso	197	154	142	354
Aprobado	133	130	161	373
Notable	7	19	21	40
Sobresaliente	0	1	1	1
Matrícula de Honor	0	0	2	0
Total por año	596	668	638	788

Tabla 3. Frecuencias relativas de las notas de D. Comercial II (Licenciatura) e I. Comercial (Grado) por curso

Nota	Licenciatura			Grado
	2008-09	2009-10	2010-11	2011-12
No presentado	43,5%	54,5%	48,7%	2,5%
Suspenso	33,1%	23,1%	22,3%	44,9%
Aprobado	22,3%	19,5%	25,2%	47,3%
Notable	1,2%	2,8%	3,3%	5,1%
Sobresaliente	0,0%	0,1%	0,2%	0,1%
Matrícula de Honor	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%



3.2. Análisis de las notas del examen final tipo test y de las notas de la evaluación continua.

Esta sección trata de analizar los posibles factores que explican las diferencias detectadas entre las notas finales disponibles en las Actas de las asignaturas de Dirección Comercial II (Licenciatura) e Investigación Comercial (Grado). Para ello, se toma como referencia el curso 2011-2012 en el que llegan a coexistir ambas titulaciones y teniendo en cuenta que sus respectivas asignaturas (Dirección Comercial II e Investigación Comercial) utilizan idéntico examen final, lo que facilita la comparación de dicho procedimiento de evaluación entre ambas asignaturas. Asimismo, se examinan las notas de la evaluación continua en Investigación Comercial.

3.2.1. Análisis de las notas del examen final tipo test.

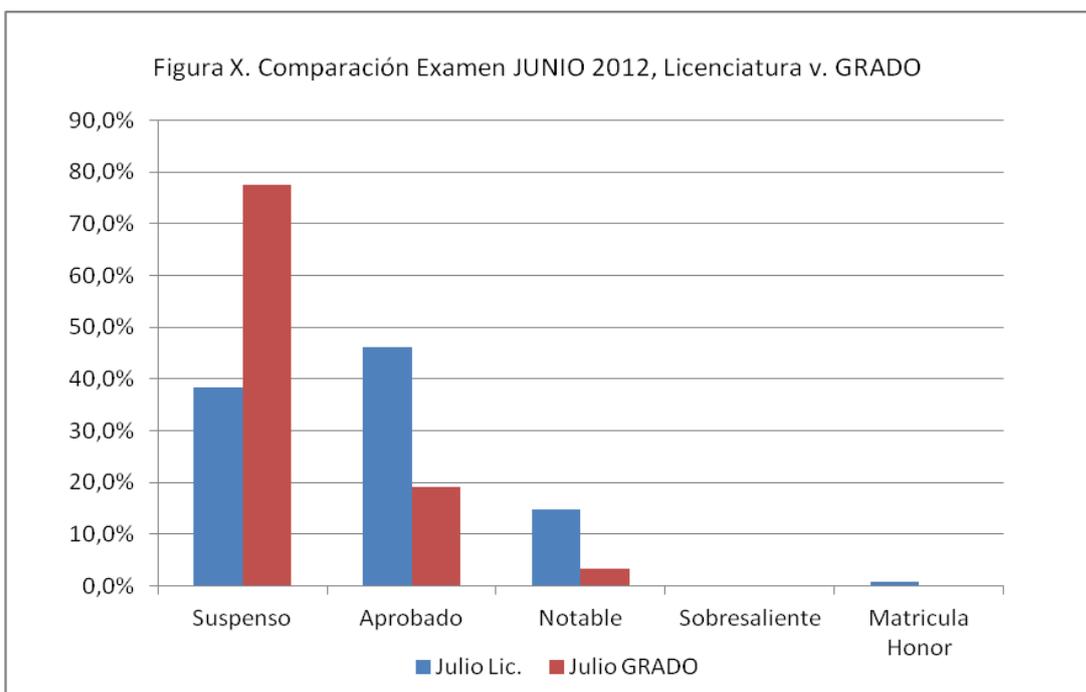
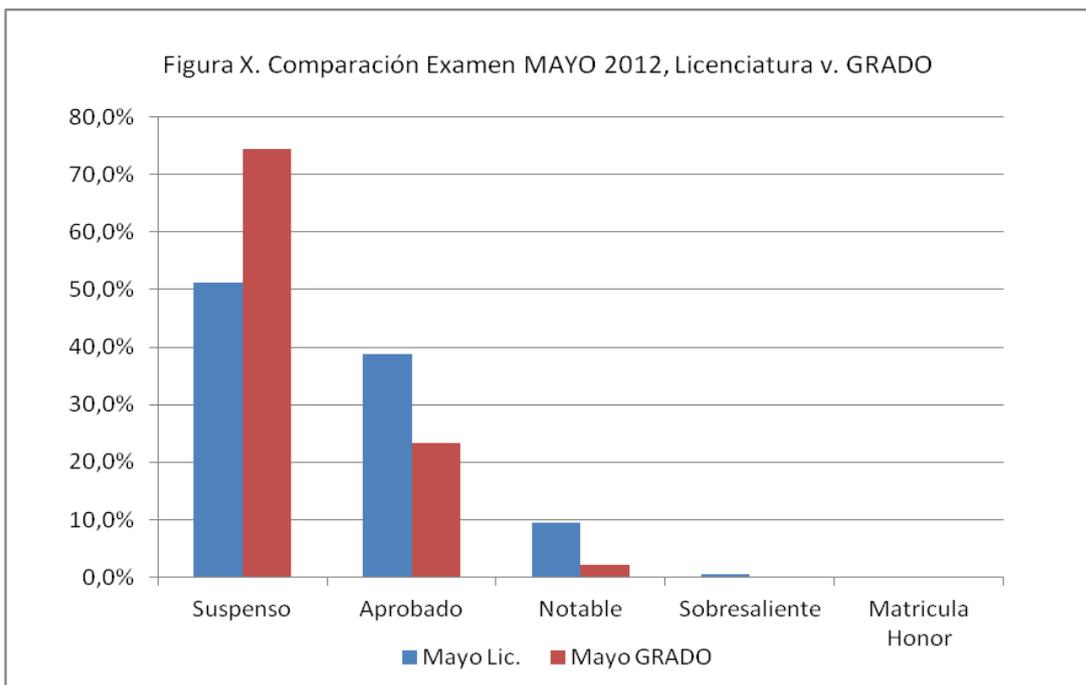
En el curso 2011-12 la evaluación de las asignaturas Dirección Comercial II (Licenciatura) e Investigación Comercial (Grado) es realizada aplicando idéntico examen final tipo test en cada convocatoria oficial (mayo y junio) de dichas asignaturas. Ello permite examinar la posible existencia de diferencias entre las notas de ambas asignaturas. Las Tablas 4 y 5 y las Figuras siguientes recogen las frecuencias de las notas (suspenso, aprobado, notable, sobresaliente y matrícula de honor) del examen final en el curso académico 2011-12 en el que coexisten Dirección Comercial II (Licenciatura) e Investigación Comercial (Grado).

Tabla 4. Notas del examen final en las convocatorias de mayo y junio de D. Comercial II (Licenciatura en ADE) en el curso 2011-12

Nota	Examen final		
	Mayo 2012	Junio 2012	Total curso 2011-12
Suspenso	51,2%	38,5%	47,4%
Aprobado	38,8%	46,2%	41,0%
Notable	9,4%	14,7%	11,0%
Sobresaliente	0,6%	0,0%	0,4%
Matrícula de Honor	0,0%	0,7%	0,2%

Tabla 5. Notas del examen final en las convocatorias de mayo y junio de I. Comercial (GRADO en ADE) en el curso 2011-12

Nota	Examen final		
	Mayo 2012	Junio 2012	Total curso 2011-12
Suspenso	74%	78%	76%
Aprobado	23%	19%	22%
Notable	2%	3%	3%
Sobresaliente	0%	0%	0%
Matrícula de Honor	0%	0%	0%

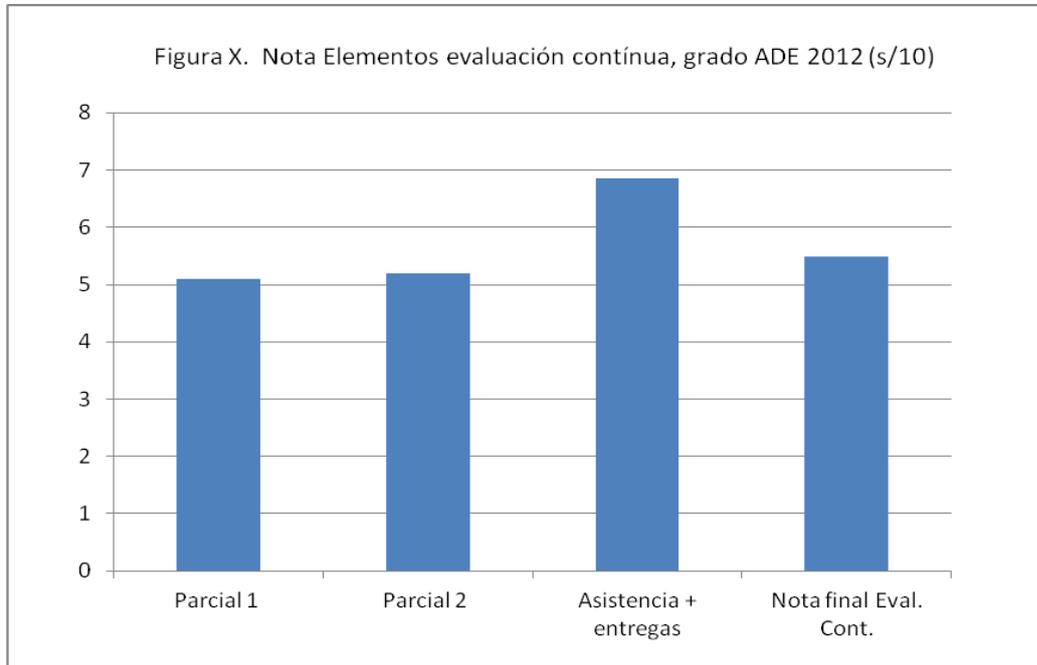


Al comparar las notas del examen final tipo test entre ambas asignaturas, se observa un menor porcentaje de suspensos y un mayor porcentaje de aprobados en Dirección Comercial II (Licenciatura) con respecto a Investigación Comercial (Grado). Este resultado contrasta con la comparativa realizada en el apartado 3.1 anterior con la información de las Actas, que evidencia que los alumnos de Investigación Comercial del Grado (2011-12) tienen un mayor porcentaje de aprobados, de suspensos y de notables que en Dirección Comercial II de la Licenciatura de los cursos anteriores

(2008-09, 2009-10 y 2010-11). Esta diferencia puede venir explicada porque la Licenciatura se “extinguía” y los alumnos matriculados en la misma realizan un esfuerzo mayor para superar la asignatura y no verse obligados a cambiar de plan de estudios. Otra razón que puede explicar la superioridad de las notas obtenidas en el examen final de Dirección Comercial II (Licenciatura) respecto al de Investigación Comercial (Grado), es que los alumnos de Investigación Comercial (Grado) ya habían sido evaluados del 50% de la asignatura mediante la evaluación continua, por lo que podían especular con la nota que necesitaban en el examen final para superar la asignatura con un menor esfuerzo.

3.2.1. Análisis de las notas de la evaluación continua.

Tal y como se indica en la sección 2, en Investigación Comercial (Grado) se ha implementado la evaluación continua mediante exámenes parciales y la evaluación de la participación en clase (asistencia a sesiones prácticas y entrega de trabajos). Por ello, la Tabla 6 y las Figuras siguientes examinan las notas obtenidas en estas técnicas de evaluación continua para el caso del Grado.



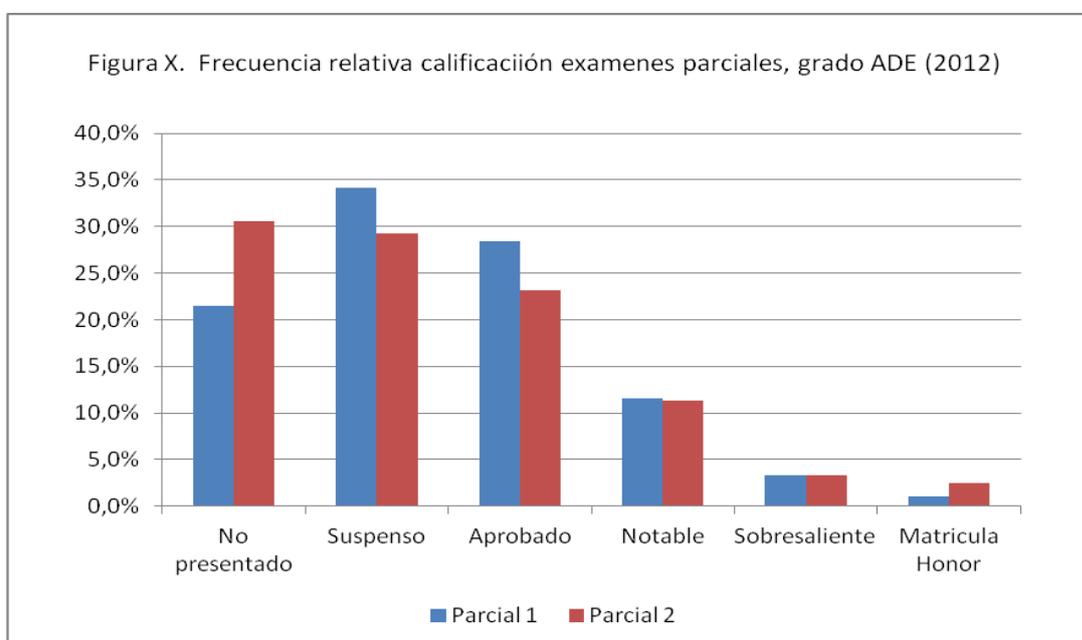
En general, la Figura anterior muestra que los alumnos matriculados en Investigación Comercial (Grado) tienen unas notas promedio por encima del Aprobado en los diferentes instrumentos que componen la evaluación continua, destacando un

promedio de casi el SIETE en la “asistencia y entrega de prácticas”. Ello implica que los alumnos necesitan, en promedio, menos de un CINCO en el examen final para superar la asignatura.

Con respecto a los exámenes parciales, las frecuencias relativas de la Tabla 6 sugieren que los exámenes parciales “obligan” al 80% (parcial 1) y al 70% (parcial 2) de los alumnos, respectivamente, a “prepararse” la asignatura de forma continuada. En este sentido, a pesar de que el 30% de los alumnos presentados, no superan los parciales, estos realizan un esfuerzo para adquirir los conocimientos y, de este modo, poder presentarse al examen final. Asimismo, destaca la baja proporción de notables, sobresalientes y Matrículas de Honor, lo que refleja que la asignatura es difícil.

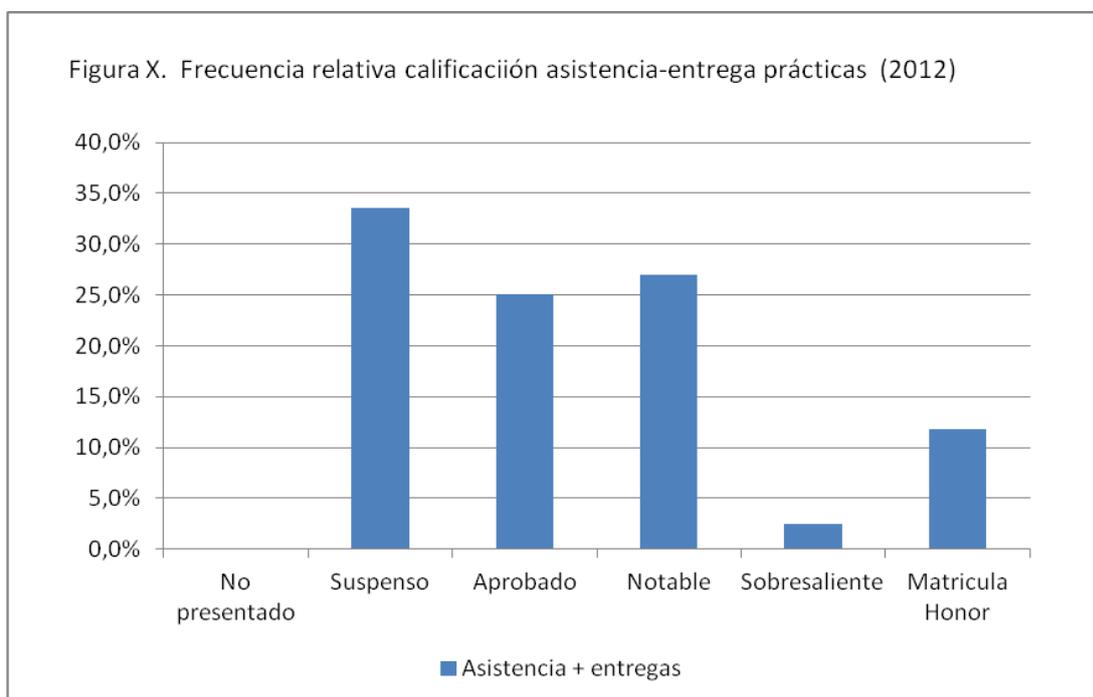
Tabla 6. Frecuencia relativa de las notas por método de evaluación continua en 2011-12

Nota	Examen parcial 1	Examen parcial 2	Asistencia y entregas	Nota final de la evaluación continua
No presentado	21,5%	30,6%	0,0%	10,5%
Suspense	34,2%	29,2%	33,6%	48,2%
Aprobado	28,4%	23,1%	25,1%	27,3%
Notable	11,6%	11,3%	27,0%	12,9%
Sobresaliente	3,3%	3,3%	2,5%	0,8%
Matrícula de Honor	1,1%	2,5%	11,8%	0,3%

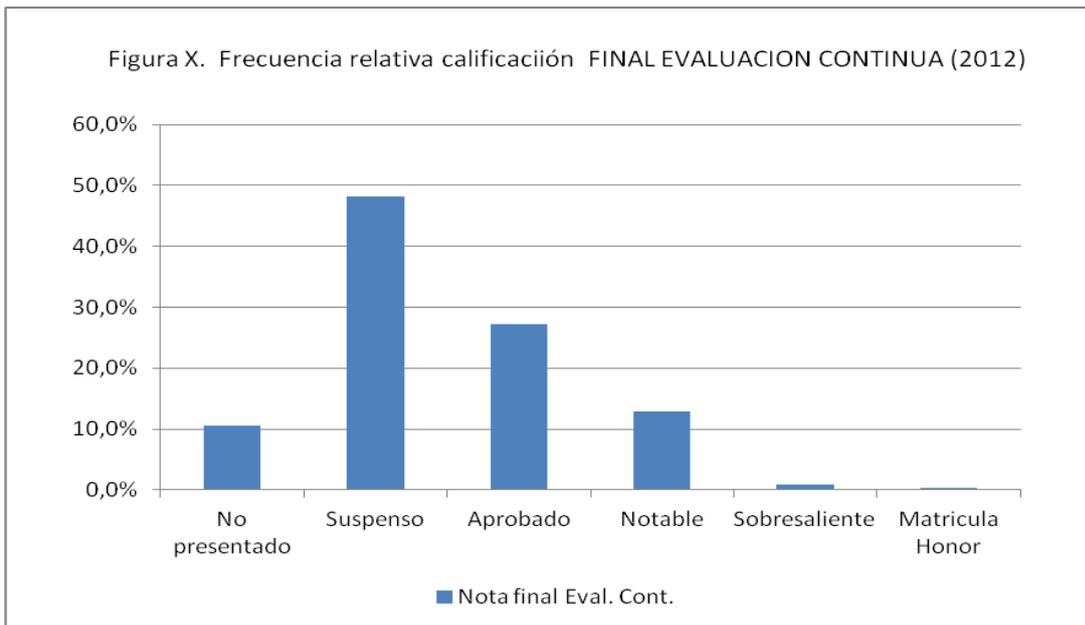


En cuanto a la participación en clase, se observa que la totalidad de los alumnos matriculados en Investigación Comercial asisten a clase y entregan las prácticas. Ahora bien, el 33% de los alumnos no lo hacen al menos en la mitad de las prácticas, por lo

que suspenden. El 77% restante lo hace de forma regular, destacando el 10% que asiste siempre y obtiene Matrícula de Honor, lo que contribuye a mejorar la nota final de la asignatura.



Finalmente, considerando globalmente la nota final de todos los instrumentos de evaluación continua, la siguiente Figura destaca que alrededor del 10% de los alumnos no se presentan a las actividades de evaluación continua (exámenes parciales y participación en clase). El 47% se presenta a la evaluación continua, pero obtiene una nota menor a CINCO. Y el 45% de los que se presentan, obtienen notas por encima del CINCO. Sin embargo, a pesar de que las notas no sean elevadas, esta preparación de la asignatura de forma continuada, hace que un mayor porcentaje de alumnos se presenten a los exámenes finales, y que un mayor porcentaje los supere.



4. CONCLUSIONES

La implicación de que la implantación de nuevas metodologías docentes y de evaluación universitarias, como la evaluación continua, resulta fundamental para la mejora del aprendizaje del alumno, ha permitido estudiar este fenómeno en la asignatura de Investigación Comercial de 2º curso del Grado en ADE en el curso 2011-2012. Para ello, los análisis empíricos realizados se han centrado en la información de las notas de los alumnos que figuran en las Actas, de las notas del examen final tipo test y de las notas de la evaluación continua.

El análisis de la información de las Actas evidencia un incremento en el número de alumnos presentados a los exámenes y un mayor porcentaje de alumnos aprobados en Investigación Comercial (Grado). Ahora bien, desde la perspectiva de las notas del examen final tipo test, se observa un mayor porcentaje de aprobados en Dirección Comercial II (Licenciatura) que en Investigación Comercial (Grado). Finalmente, con respecto a la evaluación continua en Investigación Comercial, destacan las notas medias de los alumnos por encima del Aprobado en los exámenes parciales y en la participación en clase. En este sentido, la evaluación de la asignatura con instrumentos de evaluación continua supone importantes ventajas con respecto a la evaluación apoyada exclusivamente en el examen final.

En cuanto a las implicaciones para la docencia universitaria, cabe indicar que este estudio ofrece a los profesores de esta asignatura varios puntos de vista acerca de la mejora del aprendizaje con la evaluación continua. En concreto, el elevado porcentaje

de alumnos presentados y que aprueban la asignatura en el Grado, parece reflejar que la evaluación continua incentiva que los alumnos se presenten a los exámenes porque han estudiado previamente en dicha evaluación continua y tienen más posibilidades de aprobar. Asimismo, la evidencia obtenida de un mayor porcentaje de aprobados en el examen final tipo test en Dirección Comercial II (Licenciatura) que en Investigación Comercial (Grado), sugiere que los alumnos de Investigación Comercial pueden haber dedicado un menor esfuerzo al examen final al conocer previamente la nota obtenida en la evaluación continua (que en promedio está por encima del Aprobado), por lo que resulta conveniente fijar una nota mínima (ej.: 3 puntos sobre 10) a obtener en el examen final para que la nota del examen final sea considerada en la nota final.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Blanco, A. (2009). *Desarrollo y evaluación de competencias en Educación Superior*. Madrid: Narcea.
- Brown, S. y Glasner, A. (2007). *Evaluar en la Universidad. Problemas y nuevos enfoques*. Madrid: Narcea.
- Delgado, A. (2006). *Evaluación de las competencias en el Espacio europeo de educación superior*. Barcelona: Bosch Educación.
- Delgado, A., Borge, R., García, J., Oliver, R. y Salomón, L. (2006). *Evaluación de las competencias en el espacio europeo de educación superior*, Barcelona: Bosch.
- Gómez, M.C. y Grau, S. (2010). *Evaluación de los aprendizajes en el Espacio Europeo de Educación Superior*. Alicante: Universidad de Alicante.
- López, F. (2005). *Metodología participativa en la enseñanza universitaria*. Madrid: Narcea.
- Morell, T. (2009). *¿Cómo podemos fomentar la participación en nuestras clases universitarias?*. Alicante: Universidad de Alicante.
- Núñez, J.L., Ceular, N. y Rey, F.J. (2010). Adaptación de la asignatura Dirección Comercial a las directrices propias del Espacio Europeo de Educación Superior. En M. Agudo, J. Roldán, J. Núñez, C. Jiménez y A. Bueno (eds.). *Innovación docente en las Titulaciones de Derecho y ADE*, Córdoba: Universidad de Córdoba, 2010, 151-159.
- Rodríguez, M., Álvarez, M., Figuera, M. y Rodríguez, S. (2009). *Estudios universitarios, proyecto profesional y mundo del trabajo*, Barcelona: Universidad de Barcelona.