

Socialización del diseño de asignaturas virtuales de la carrera de Comercio Internacional

Socialization of the design of virtual subjects of the International Trade Degree

Suyapa Josefina Alonzo Pinto^a

^aCarrera de Comercio Internacional, Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, Universidad Nacional Autónoma de Honduras, suyapa.alonzo@unah.edu.hn

42

Resumen

La carrera de Comercio Internacional de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras de Ciudad Universitaria busca aprovechar las metodologías tecno-pedagógicas para mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje en su campo de estudio. En la búsqueda de potenciar el desarrollo de habilidades y competencias del estudiante, se ha decidido diseñar clases virtuales o en línea. La metodología utilizada se basó en 7 fases que van desde la capacitación docente hasta el rediseño, así como la incorporación de actividades y evaluaciones formativas. El objetivo de este artículo es socializar el diseño de asignaturas virtuales realizado por la carrera de Comercio Internacional, y compartir las experiencias de dicho proceso. Como resultados generales se ha logrado una mejora en el promedio de notas, reducción de la reprobación y del abandono. Se han obtenido resultados intangibles como la mejora en el interés, atención y seguimiento de instrucciones, mayor compromiso y, al mismo tiempo, los estudiantes sienten atracción en realizar actividades utilizando herramientas tecnológicas innovadoras, que hacen que disfruten del proceso, con una mejor organización de tiempo, al contar con más acceso a la información.

La implementación efectiva de innovaciones educativas en asignaturas virtuales requiere de una adecuada capacitación docente, de planificación cuidadosa, de retroalimentación constante para mejorar el proceso de aprendizaje. Sus resultados positivos hacen que la inversión de tiempo valga la pena. La educación ha cambiado y no volverá a ser lo que era antes de la pandemia del COVID-19. La modalidad virtual seguirá ocupando un lugar importante, y no una metodología sustituta aprovechada en el confinamiento.

Palabras claves: innovación educativa, diseño de asignaturas en línea, herramientas tecnológicas, metodologías pedagógicas, recursos.

e-tornos de aprendizaje

Abstract

The UNAH CU International Commerce Program seeks to take advantage of techno-pedagogical methodologies to improve the teaching-learning process in its field of study. In seeking to enhance the development of student skills and competencies, it has been decided to design virtual classes or online. The methodology used is based on 7 phases that range from teacher training to re-design, as well as the incorporation of formative activities and evaluations. The objective of this article is to socialize the design of virtual subjects carried out by the International Trade Program, and to share the experiences of said process. As general results, an improvement in the grade average, a reduction in failures and dropouts has been achieved. Intangible results have been obtained such as improvement in interest, attention and following instructions, greater commitment and at the same time students feel attracted to carry out activities using innovative technological tools, which make them enjoy the process, with better organization of time, by having more access to information.

The effective implementation of educational innovations in virtual subjects requires adequate teacher training, careful planning, and constant feedback to improve the learning process; its positive results make the time investment worthwhile. Education has changed and will not be what it was before the COVID-19 pandemic. The virtual modality will continue to occupy an important place, and not a substitute methodology used in confinement.

Key words: educational innovation, design of online subjects, technological tools, pedagogical methodologies, resources.

Introducción

Los docentes somos los responsables de guiar a los estudiantes en su camino hacia el conocimiento y el desarrollo de habilidades. Nuestro

papel es fundamental en la implementación de nuevas estrategias y herramientas de enseñanza ideales para el cumplimiento de los objetivos de aprendizaje.

La innovación es una constante en la vida. La historia nos ha mostrado cómo, a través del tiempo, el ser humano ha creado nuevas herramientas y procesos que, con ingenio y creatividad, han logrado satisfacer sus necesidades mejorando lo adquirido (Equipo editorial, Etecé., 2020).

Al hablar de innovación tecnológica, se puede decir que esta propicia la búsqueda de nuevas maneras de mejorar la cátedra, bajo un ambiente pedagógico, tecnológico, amigable y actualizado, donde los estudiantes aprendan a amar el conocimiento, se fomente la autodisciplina y el compromiso, competencias que son aprovechadas en la educación virtual. Como bien lo dicen Navas y Alcaráz (2016) «es necesario innovar porque educar es más que instruir».

La carrera de Comercio Internacional fue creada según acta n.º 599-93, bajo el acuerdo n.º 49, del 24 de junio de 1993. Como bien se reporta en la página web Cienciaseconomicas.unah.edu.hn (2024), fue en el año 2015 que se comienza a formalizar y a dar los primeros pasos en el tema de la educación virtual. A partir de ese momento, se han diseñado contenidos y producido recursos para 8 asignaturas de su plan de estudio, de las cuales algunas de ellas se ofertan en otros centros universitarios del país.

Las asignaturas en línea contribuyeron a resolver el problema de disponibilidad de horarios, en apoyo a los alumnos que trabajaban, que tenían horarios cruzados, o que por otras razones no podían continuar estudiando, situación que se presentaba con mayor frecuencia cuando cursaban sus últimas clases o se encontraban realizando la práctica profesional, por lo que bajo este contexto las clases virtualizadas fueron llenando ese vacío en la oferta académica de la carrera, dándole a alumno una opción para continuar sus estudios.

Este artículo es importante porque pretende socializar y compartir las experiencias obtenidas

en este proceso de diseño de asignaturas en línea dentro del plan de estudio de la carrera de Comercio Internacional, mostrando una forma diferente de mejorar la enseñanza al implementar innovaciones tecno-educativas que se ajusten a las particularidades de cada asignatura, obteniendo resultados positivos tangibles; como el aumento de la matrícula, mejora en el promedio general de calificaciones, disminución del índice de reprobación, entre otros. Por otro lado, esta investigación es relevante, porque expone la necesidad de diseñar clases en línea, y que, además, se justifica en la socialización de dichas experiencias en la búsqueda de motivar para que otros docentes repliquen esta práctica de éxito.

Marco teórico

Hoy la enseñanza en línea es el estilo de educación más frecuente y usado como estrategia de acercamiento con estudiantes, tanto así que ayuda significativamente a atender sus necesidades. Este tipo de metodología se refiere al desarrollo de la dinámica de enseñanza-aprendizaje que se realiza de forma virtual. En esta metodología educativa los docentes y estudiantes interactúan de manera diferente al espacio presencial.

Digión y Álvarez (2021) definen los entornos virtuales como el recurso web o software con finalidades educativas que permite gestionar todas las actividades características de la enseñanza y del aprendizaje de una asignatura. Estos facilitan el anclaje de los contenidos de aprendizaje en diversos y enriquecedores formatos digitales, además, posibilitan las comunicaciones verticales y horizontales, tanto síncronas como asíncronas, el trabajo colaborativo, el control y seguimiento de los alumnos, así como la gestión y la administración del proceso, concluyen diciendo que se trata de una estructura tecnológica que responde a las exigencias de un determinado diseño pedagógico perfectamente integrado.

La educación virtual se desprende de la educación a distancia, pero, al mismo tiempo, la com-

plementa. Nació a raíz de la necesidad de cobertura de calidad educativa a personas que, por distancia y tiempo, no pueden desplazarse hacia un centro de formación físico. Como resultado, ofrece un mejoramiento de la dinámica de formación de los estudiantes, pero también es un gran apoyo para los docentes en el seguimiento y desarrollo académico de los alumnos (GCF Global, s. f.).

Ahora más que nunca la educación virtual se ha convertido en la cotidianidad de muchos estudiantes que desean prepararse para su vida profesional. Quality Leadership University Panamá (s. f.) en su página oficial expone sobre la importancia de las clases virtuales y cómo reducen las barreras de aprendizaje, permitiéndole a las personas aprender de forma efectiva sin la necesidad de compartir un espacio físico. También hace énfasis que en los últimos años se ha podido observar cómo la transformación digital y las clases virtuales permiten una educación efectiva, flexible y responsable.

El aprendizaje en línea no debería de eliminar ni anular otros tipos de enseñanza, por el contrario; debe integrarse a los diferentes estilos de aprendizaje del estudiante, para apuntar a un aprendizaje global, en el que cada quien pueda alcanzar sus metas a su propio ritmo y forma de aprender.

Bases teóricas o pedagógicas

Para justificar los procesos de diseños de asignaturas en línea en la carrera de Comercio Internacional de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras, se tomó en cuenta como base teórica la Ley Orgánica de la institución, en el Título XI de la Modalidad Educativa de la UNAH, en su Capítulo I «La multimodalidad educativa y educación a distancia», en los artículos 290 y 292 respectivamente dicen:

La UNAH implementará las modalidades presencial y a distancia en los programas académicos que ofrece, utilizando estrategias y forma-

tos de aprendizaje que incentiven la formación autónoma, el uso de tecnologías de la información y la comunicación que sean apropiados para las comunidades locales, regionales y nacionales. Los planes educativos, los programas, las certificaciones y las competencias al egreso, así como los niveles de calidad y pertinencia, serán los mismos para las diferentes modalidades.

La educación a distancia es una modalidad educativa sustentada en ambientes de aprendizaje que trascienden espacio y tiempo, centrada en el estudiante, quien cuenta para el desarrollo de su aprendizaje autónomo y significativo, con un modelo pedagógico pertinente, con un acompañamiento permanente de manera sincrónica y asincrónica de un docente/tutor, con unos medios y mediaciones capaces de promover el aprendizaje individual y colaborativo y con estrategias que le permiten articular en el proceso la formación, la investigación y la vinculación universidad-sociedad. La educación a distancia puede ser con tutoría presencial en los centros, y virtual, la cual se concibe cuando su práctica educativa se desarrolla exclusivamente en ambientes en línea (p. 98).

Esta propuesta de metodología también se apoya en el modelo educativo de la UNAH en el documento publicado Reforma Universitaria (2009), una de las líneas de trabajo de la reforma académica aprobada por la Comisión de Transición de la UNAH, que bajo sus fundamentos identifica los elementos conceptuales básicos y expone que:

Para responder a los cambios de la sociedad actual, a la gestión del conocimiento y a los cambios en el medio ambiente, la UNAH se plantea un modelo educativo innovador que le permita transitar en el camino de sus aspiraciones hacia el año 2015 y el 2025.

Este tipo de modelo busca construir una universidad diferente que sea capaz de responder a las exigencias de innovación, creatividad y cambio; su centro de atención son las y los estu-

diantes, y los docentes se convierten en mediadores pedagógicos (p. 25).

Se ha tomado en cuenta para este proyecto la perspectiva pedagógica del modelo educativo de la UNAH que se construyó tomando como base la teoría constructivista, la teoría crítica y la teoría humanista que según las publicaciones de la Reforma Universitaria (2009), cumple con los condicionantes de ser:

1. Constructivista: el diseño de las asignaturas en línea busca enfocarse en la resolución de problemas partiendo del nivel de desarrollo de cada estudiante, asegurando la construcción de aprendizajes científicos, colaborativos, significativos y desarrolladores; al mismo tiempo, posibilitando que los estudiantes realicen estos aprendizajes por sí mismos (de manera autónoma como ofrece la educación virtual), que modifiquen sus esquemas de conocimiento, establezcan ricas relaciones entre el nuevo conocimiento y los ya existentes.
2. Crítica-reflexiva: la teoría crítica aplicada en el campo educativo se centra en la persona atendiendo sus necesidades e intereses, e incorporando una cultura de valores y principios. Los profesores y alumnos participan en desarrollar el aprender a aprender, en seleccionar y priorizar los contenidos, en definir las habilidades, destrezas y valores necesarios para la permanencia y continuidad del aprendizaje a través del tiempo y del espacio. Es flexible porque permite el ajuste permanente frente a los cambios contextuales; es viable porque toma en cuenta fortalezas y debilidades, y es abierto a las diferentes posiciones ideológicas.
8. Humanista: propone que el proceso educativo se centre en las personas y toma en cuenta la conciencia, la ética, la individualidad, la ciudadanía y los valores espirituales; tiene una visión del hombre como un ser creativo, libre y consciente propo-

niendo que el sentido de nuestra vida sea la búsqueda de la autorrealización, y esta meta significa que el hondureño debe asumir el compromiso de construir su propio modo de vivir, no importando los obstáculos a los que deba enfrentarse, siempre que conserve su libertad de elección.

Para finalizar, se puede reflexionar sobre cómo el diseño de clases en línea orienta al desarrollo integral del alumno egresado de la carrera de Comercio Internacional de la UNAH, ya que logra las competencias que se visualizan en el modelo educativo de la reforma universitaria:

1. Capacidad de aprender de manera permanente y autónoma.
2. Capacidad de análisis y síntesis. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica y de generar conocimiento a partir de reflexionar sobre la práctica.
4. Capacidad para adaptarse a nuevas situaciones.
5. Trabajo con ética, calidad y pertinencia.
6. Habilidad de gestión del conocimiento, la información y las tecnologías para contribuir a la solución de problemas y atención de necesidades de diferentes niveles de complejidad.
7. Trabajo en colectivo.
8. Capacidad para organizar y planificar.
9. Resolución de problemas complejos y manejo de conflictos.

Coincidiendo así, como bien lo dicen Mota, Concha y Muñoz (2020) el diseño de asignaturas virtuales debe brindar un aporte para el desarrollo de las habilidades, capacidades y destrezas de docentes y estudiantes para que el proceso de enseñanza sea óptimo, y lo más importante es que se pueda hacer uso formativo de los medios que generen experiencias significativas de adquisición de conocimientos, considerando que, como recurso tecnológico, se ha convertido en una estrategia que facilita el aprendizaje rompiendo los medios

tradicionales, brindando aportes, asumiendo nuevos retos en la enseñanza y, por ende, en el proceso de aprendizaje.

Metodología

La carrera de Comercio Internacional siempre ha buscado formas de cumplir con los estándares nacionales e internacionales para mantenerse actualizado tanto en su campo de estudio como en el aspecto didáctico-pedagógico, es por eso que como iniciativa se buscó la forma de darle al alumno la oportunidad de seguir estudiando, haciéndolo bajo la modalidad en línea, pero primero comenzó a capacitarse a los docentes interesados en el tema de la virtualización para crear esos espacios que estaban buscando. La metodología que se ha seguido por los docentes interesados en el diseño de clases en línea se ha dividido en las siguientes fases:

1. Capacitación docente

Las capacitaciones para preparar a docentes se dividen en dos tipos: la primera forma es sobre temas técnicos de la educación virtual, ya que son requisitos institucionales para virtualizar e impartir asignaturas en línea; el Curso de Diseño de Asignaturas en línea, de Asesor en línea, Mediación Pedagógica, Creación de Aula Virtual. La segunda forma son capacitaciones opcionales, de acuerdo a lo que el docente considere que le puede ayudar a manejar mejor las presentaciones o elaboración de recursos con herramientas tecnológicas, que sirven para enriquecer la presentación de dichos recursos y, al mismo tiempo, que estéticamente sean de buena calidad.

Entre las herramientas tecnológicas en que los docentes tuvieron que capacitarse para hacer presentaciones por cuenta propia o por medio de la DIE se puede mencionar:

- a) Canva
- b) YouTube

- c) GoConqr
- d) Power Point
- e) Cmaps
- f) Padlet
- g) MindMeister
- h) Genially

2. Análisis de las necesidades

El análisis de necesidades se hizo en función a las clases que presentaban mayor demanda o que retrasaban el avance del estudiante en la carrera, por las razones ya expuestas. En este sentido, se identificaron las siguientes asignaturas para ser virtualizadas:

- a) CI 721 Historia del Comercio Internacional
- b) CI 723 Introducción al Comercio Internacional
- c) CI 736 Mercadotecnia Internacional II
- d) CI 738 Investigación y Selección de Mercados Externos
- e) CI 755 Seminario de Investigación

3. Presentación de propuesta

Las propuestas se desarrollaron con base en el pènsum de cada asignatura, pero, al mismo tiempo, el diseño de clases virtuales permitió organizar por temas los recursos producidos por los docentes de la càtedra, así como realizar la búsqueda y selección de otras fuentes complementarias. Se considera que esta fase enriqueció las experiencias prácticas de cada unidad temática y, en la dimensión evaluativa, facilitó la incorporación de actividades de valoración teóricas y prácticas para el seguimiento del progreso de los estudiantes, así como de los logros alcanzados acompañados de la retroalimentación del proceso de virtualización, ya que permitió proporcionar ayuda formativa sobre contenidos y actividades planteadas.

4. Diseño de asignaturas en línea

Las estrategias pedagógicas que han sido utilizadas en los diferentes procesos de diseños de asignaturas virtuales son variadas, ya que para definir las depende de la temática de la clase, la distribución de las horas teóricas y prácticas, del nivel de análisis que esta requiera, pero también del estilo y experiencia del docente para generar conocimiento por medio de producción de recursos, por lo que, a manera general, un diseño básico se puede dividir de la siguiente manera:

a) Recursos

Los recursos son esos espacios de la asignatura donde se desarrolla el contenido, dividido en las unidades que sean necesarias para cumplir con el pènsum.

Entre los recursos diseñados en las asignaturas en línea, se podrán encontrar:

- a) *Documentos en Word o pdf.* Estos son los elegidos por excelencia por el docente, ya que en su mayoría son creaciones propias para poder cumplir con los objetivos de aprendizaje de una asignatura. Pero también se pueden encontrar publicaciones abiertas de otros autores que estén dentro del mismo estilo del docente.
- b) *Videos.* Al igual que los documentos en Word son grabados por el docente, ya que asegura que se explique el tema de acuerdo con la planificación académica, pero, sobre todo, que esté integrado con la rùbrica de evaluación y en armonía con las instrucciones de las actividades.
- g) *Presentaciones interactivas en Canva, PowerPoint o GoConqr.* Para presentar la información resumida de un tema de manera visual.
- i) *Infografías.* Muestran una serie de imágenes, datos, gráficos o texto simple que resume un tema para que se pueda entender fácilmente

- l) *Lineas de tiempo*. Se usan cuando se quiere presentar una cronología con fechas y datos históricos relevantes al desarrollo del tema, porque le permite al alumno una mejor forma de retener la información.
- p) *Unidad de Recurso para el Aprendizaje (URA)*. Son una maravilla para presentar contenido. Es como tener un pequeño diseño, dentro del diseño general de la asignatura. En ellas se puede incluir todos tipo de recursos que se consideren pertinentes para el desarrollo de la temática, como los mencionados anteriormente u otros que prefiere el docente.

b) Actividades

- a. *Cuestionarios de evaluación automática*. Con preguntas de tipo verdadero o falso, completación y enumeración. Donde se ingresan las preguntas y respuestas al CV, para que cuando el alumno finalice la actividad pueda visualizar inmediatamente su nota
- b. *Foros de discusión*. El docente puede abrir diferentes espacios de este tipo, ya que le permiten discutir un tema, puede asignarse puntuación o no.
- e. *Subir archivo*. Se puede diseñar de acuerdo a la asignatura dos tipos de actividades de aprendizaje propias del aula invertida, donde después de seguir las instrucciones el alumno la sube en un documento Word o pdf al espacio dentro del cv:
- *Actividades de borrador*. Planificadas para entregar avances sin acumulación de puntos, para que el docente pueda revisar y retroalimentar a los grupos de trabajo y hacer comentarios siguiendo la metodología e instrucciones
 - *Actividades de mejora*. Estas sí acumulan puntaje y se entregan después de que los grupos de trabajo hayan realizado mejoras al considerar la retroalimentación del borrador dada por el docente y de la evaluación entre pares.
 - *Resúmenes*. Corresponde a la entrega de informes parciales y finales del proyecto práctico de la clase.
- *Investigaciones bibliográficas*. Como técnica de investigación para alimentar proyectos que están realizando los grupos de trabajo, y que sirven como fuentes de información.
 - *Infografías*. Después de haber leído el material, el alumno deberá seguir las instrucciones para crear una infografía.
 - *Mapas mentales*. Igual que el anterior, se les proporcionan las fuentes para que desarrollen la actividad y la suban en un documento Word o pdf al Campus Virtual.
- f. *Debates o foros*. Sirven como modelo formal de argumentación entre grupos, donde uno defiende la postura a favor y otro en contra sobre un determinado tema de la metodología científica y su aplicación en el desarrollo de los trabajos en grupo.
- g. *Retroalimentación entre pares*. Esta actividad consiste en recibir comentarios de un grupo o equipo de trabajo después que estos hayan leído el trabajo de su par.
- h. Hay más, pero es importante recalcar que el éxito depende de encontrar las herramientas que más se adaptan a la temática de la clase, al estilo docente y al manejo que este tenga de la tecnología digital, para saber incorporar todo lo anterior y que sean presentados de manera tal que guíe al alumno en el desarrollo de los contenidos y les facilite la comprensión de temas para una mejor elaboración de actividades.

5. Prueba piloto

Al finalizar el diseño de una asignatura en línea se procede a ofertarse en el siguiente periodo académico, a manera de hacer pruebas que reflejen inconsistencias para ser corregidas, ya que estos detalles solo se pueden visualizar una vez que el docente esté trabajando en la clase dentro del Campus Virtual, o bien sean reportadas inconsistencias por los alumnos, por ejemplo:

- Problemas con:
 - o Los accesos de los recursos.
 - o Las rúbricas de evaluación.
 - o Estéticos o de presentación visual.
 - o Enlaces o hipervínculos que no están activos.
- Errores de:
 - o Redacción.
 - o Instrucciones.
 - o En las sumatorias de calificaciones totales.

6. Rediseño

Después de haber detectado los errores antes mencionados, se procede hacer una nueva planificación, organización y búsqueda de información para enmendarlos, posteriormente enviarlos a la DIE para que hicieran las enmiendas necesarias y que los alumnos no se vieran afectados por instrucciones confusas o ambiguas.

Al hacer las correcciones dentro del Campus, se vuelve a ofertar las clases. Es importante aclarar que las mejoras, enmiendas o correcciones son continuas, ya que siempre hay que mantener actualizados los sitios de interés, que los recursos estén activos, que no se presente ningún problema, donde el alumno mal interprete una instrucción, y que de esta manera no haya fallas en el cumplimiento de sus asignaciones, por instrucciones mal redactadas o vínculos que no estén activos.

7. Estrategias de enseñanza

Si consideramos, como bien lo publica Hotmart.com (2021), que la metodología de enseñanza es un conjunto de caminos utilizados para adquirir conocimientos, para mejorar la calidad de lo aprendido creando estrategias, herramientas y objetivos que se deben seguir para optimizar el aprendizaje, para crear un puente entre el alumno y el contenido a lo largo de la jornada de trabajo autónomo

del estudiante. Para tales fines, se ha trabajado con educación que combina la enseñanza sincrónica con la asincrónica, enfatizando en:

- a) Realización de prueba diagnóstica.
- b) Lectura del material y de los recursos de acuerdo a su disponibilidad de tiempo.
- c) Investigación, lectura, depuración, análisis de la información recabada a nivel individual para ser discutida en grupos de trabajo.
- e) Redacción del avance de acuerdo con las instrucciones y criterios de evaluación.
- g) Evaluación entre pares.
- h) Incorporar las recomendaciones realizadas por los pares (cuando es borrador).
- i) Subir la actividad a la plataforma.
- j) Trabajo colaborativo (docente-estudiante, estudiante-estudiante).
- k) Revisión, evaluación y retroalimentación de acuerdo con la metodología, instrucciones y rúbrica para que el alumno, junto con la evaluación entre pares, realice las mejoras para ser presentadas.
- m) Asignación de un día a la semana a cada grupo, para reunirse de manera sincrónica vía Teams, para crear discusiones y atender consultas de los trabajos prácticos que se están realizando.
- n) Apoyo con la plataforma Teams o dentro de Campus Virtual con creación de:
 - a. Equipo para la clase.
 - b. Canal de conferencias en donde se realiza una plenaria para discusión general con los alumnos.
 - c. Canales para cada grupo de trabajo, para reuniones con el docente e integrantes y de solo integrantes.

Ilustración 1. Infografía de la metodología



Fuente: Canva.com, 2024a.

Para representar de manera visual la metodología a seguir en el proceso de virtualización y guiar al lector de manera resumida sobre las fases de la metodología, se ha incorporado la Ilustración 1.

Por otro lado, es importante mencionar que para oficializar la innovación en el aula se siguieron 5 pasos, que con compromiso del docente en un rediseño constante se convierte en un ciclo sin fin:

1. Definición del contexto.
2. Establecimiento de metas, objetivos y procesos a seguir.
3. Discusión y evaluación de la estrategia innovadora con la coordinación y jefatura.
4. Definición de calendarios y compromisos con la DIE.
5. Oferta de la asignatura en línea.

La educación en línea es más flexible, dinámica y sencilla, pero no por eso se puede decir que los estudiantes no enriquecen su pensamiento crítico, o que no son creativos, ya que con la selección de estrategias y técnicas pedagógicas utilizadas en el proceso de diseño de clases se logra vincular el material y los recursos, con las instrucciones y la rúbrica de evaluación, por medio de estrategias y técnicas, que pueden variar por las particularidades de cada asignatura, pero, como generalidad, se pueden mencionar:

1. Trabajo autónomo
2. Autoaprendizaje
3. Aprendizaje colaborativo
4. Aprendizaje basado en problemas
5. Aprendizaje basado en investigación
6. Flipped classroom o aula invertida
7. Gamificación o ludificación (juegos)
8. Design thinking (el método del caso)
9. Debates
10. Resúmenes
11. Social media
12. Proyectos de investigación
13. Retroalimentación

Esta experiencia ha resultado ser muy positiva en el proceso de aprendizaje como en la aceptación y en la evaluación cuantitativa del estudiantado, siendo clave el uso de recursos audiovisuales de creación propia o de uso abierto. Por otro lado, evidencia la necesidad de inclusión de este tipo de modalidad de estudio en la educación superior, ya sea para complementar una asignatura presencial, semipresencial o asignaturas 100 % virtuales, por mejorar el aprendizaje

desde otra forma de acercamiento al alumno que ve incrementado su índice académico, mejorando las estadísticas del aula en la disminución del abandono y de la reprobación.

Resultados y análisis

Por su naturaleza, la educación virtual impulsa la formación continua, y al ser más accesible y flexible, posibilita que el alumno pueda estudiar de manera constante, sin importar donde esté. Además, permite acceder a las clases desde dispositivos como laptops, tabletas, computadoras y teléfonos celulares.

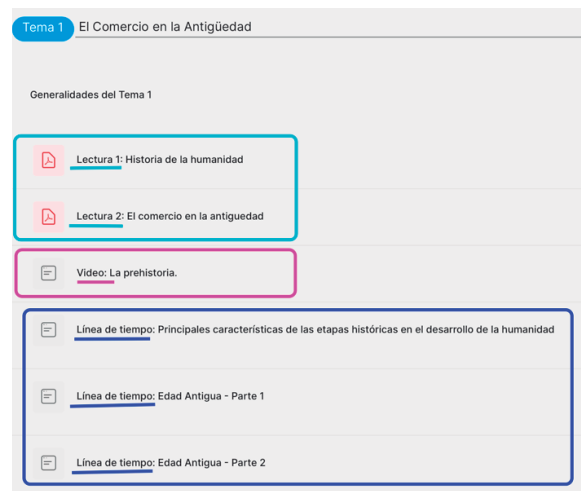
Como experiencia del diseño de clases en línea, se han podido identificar los siguientes resultados y, cumpliendo con el objetivo de este artículo, a continuación se detallan:

a) Resultados tangibles

Como resultado tangible están los recursos que en su mayoría son creaciones del docente, que consisten en:

- *Recursos educativos digitales.* Mapas mentales, infografías, esquemas en Canva u otra herramienta
- *Videos.* Grabados por el docente y subidos a YouTube
- *Diseño de actividades.* Conectadas a los objetivos de aprendizaje.
- *Unidad de Recurso para el Aprendizaje (URA).* Por lo general, ubicada en la última unidad para cerrar de manera resumida la presentación de la temática de la asignatura.
- *Retroalimentación.* Dentro del campus y/o en apoyo de la plataforma Teams, con comentarios en el documento subido al campus, con una pronta retroalimentación para no retrasar a los grupos de trabajo con los proyectos prácticos de clase.
- *Virtualización de la asignatura.* Subida en la nueva interfaz dentro del CV.

Ilustración 2. Ejemplo de presentación de recursos en la asignatura en línea Historia del Comercio Internacional



Fuente: Campusvirtual.unah.edu.hn, 2019a

En la Ilustración 2, se puede observar una captura de pantalla de la unidad 1 de Historia del Comercio Internacional, resaltando los recursos del tema 1: dos lecturas en pdf enmarcados en un cuadro color aqua, un video en color fucsia y 3 líneas de tiempo en color azul. Cada recurso con su signo distintivo y una leyenda para su fácil identificación.

Ilustración 3. Ejemplo de presentación de recursos en la asignatura en línea Seminario de Investigación



Fuente: Campusvirtual.unah.edu.hn, 2021b.

Para proporcionar más ejemplos, se muestra la Ilustración 3, donde se puede observar que se desarrolla un tema en la asignatura de Seminario de Investigación en la unidad 4, mostrando un video en color fucsia, una lectura en Word en color *aqua*, una en pdf en color naranja y una URA de color azul; cada uno con su símbolo distintivo. Como se mencionó anteriormente, no hay dos diseños iguales, incluso, cuando en el proceso de diseño de virtualización participen las mismas personas.

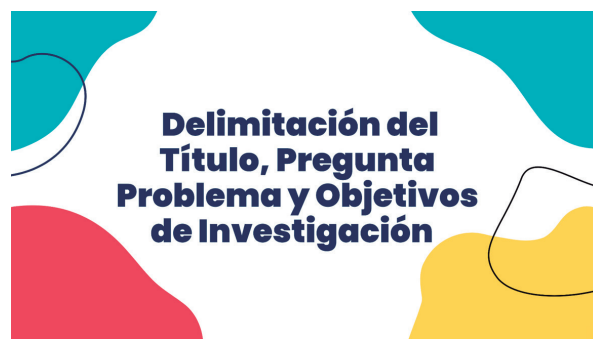
Ilustración 4: Ejemplo de presentación en Canva - Asignatura: Mercadotecnia Internacional.



Fuente: Canva.com, s. f.b.

La Ilustración 4 corresponde a la página de inicio de la presentación de nombre «Alcance y reto de la mercadotecnia internacional» para la asignatura de Mercadotecnia Internacional II, en ella se hace referencia a los ambientes incontroles del *marketing* internacional. Se puede visualizar dicho recurso en el siguiente enlace https://www.canva.com/design/DAEtM675tqo/zLpqcA-HpgG8q-TamFZjleg/edit?utm_content=DAEtM675tqo&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton.

Ilustración 5. Ejemplo de presentación en Canva – Asignatura: Investigación de Mercados Externos



Fuente: Canva.com, s. f.c.

La Ilustración 5 corresponde a la captura de pantalla donde se presenta, a manera de resumen, el tema de delimitación del título, PPI y objetivos de una investigación. Se comparte el enlace https://www.canva.com/design/DAFKEVMzJHE/Dd657oVdD4kfiODrTeGIbQ/edit?utm_content=DAFKEVMzJHE&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton.

Ilustración 6: Calificaciones CI 738 Investigación y Selección de Mercados Externos, III PAC 2019.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HONDURAS FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS DEPARTAMENTO DE COMERCIO INTERNACIONAL										UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HONDURAS FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS DEPARTAMENTO DE COMERCIO INTERNACIONAL										
Nombre de la Asignatura: CI 738 Investigación y Selección de Mercados Externos					Catedrático: Suyapa Alonso Pinto					Nombre de la Asignatura: CI 738 Investigación y Selección de Mercados Externos					Catedrático: Suyapa Alonso Pinto					
Período: III					Año: 2019					Período: III					Año: 2019					
Página: 2/2					Página: 2/2					Página: 2/2					Página: 2/2					
N.º	No. de cuenta	Nombre	Primer	Segundo	Tercer	Acum.	Reo.	Nota Final	Observaciones	N.º	No. de cuenta	Nombre	Primer	Segundo	Tercer	Acum.	Reo.	Nota Final	Observaciones	
11	2016100086	PERLA MARIEL CASTELLANOS CARCAMO	11.5%	11.7%	24.9%	24.9%	70%	70%	APR - SETENTA Y DOS	11	2016100086	PERLA MARIEL CASTELLANOS CARCAMO	11.5%	11.7%	24.9%	24.9%	70%	70%	APR - SETENTA Y DOS	
12	2016100084	JOSE CARLOS BANEGAS SALAZAR	18.3%	14.3%	24.9%	24.9%	70%	70%	APR - SETENTA Y OCHO	12	2016100084	JOSE CARLOS BANEGAS SALAZAR	18.3%	14.3%	24.9%	24.9%	70%	70%	APR - SETENTA Y OCHO	
13	2016100094	MARÍA JOSÉ ROMERO ANDINO	12.9%	12.3%	27.2%	24.9%	71%	71%	APR - SETENTA Y UNO	13	2016100094	MARÍA JOSÉ ROMERO ANDINO	12.9%	12.3%	27.2%	24.9%	71%	71%	APR - SETENTA Y UNO	
14	2016100102	IVILIA GABRIELA ESCOBAR SANCHEZ	12.7%	11.0%	15.0%	24.9%	73%	73%	APR - SETENTA Y TRES	14	2016100102	IVILIA GABRIELA ESCOBAR SANCHEZ	12.7%	11.0%	15.0%	24.9%	73%	73%	APR - SETENTA Y TRES	
15	2016100111	ALEJANDRA IRIGOLA FRANCO OLIVERA	14.6%	12.2%	21.2%	24.9%	74%	74%	APR - SETENTA Y SEIS	15	2016100111	ALEJANDRA IRIGOLA FRANCO OLIVERA	14.6%	12.2%	21.2%	24.9%	74%	74%	APR - SETENTA Y SEIS	
16	2016100385	HANBY JARR SEVILLA CERRATO	13.7%	7.3%	20.0%	24.9%	75%	75%	APR - SETENTA	16	2016100385	HANBY JARR SEVILLA CERRATO	13.7%	7.3%	20.0%	24.9%	75%	75%	APR - SETENTA	
17	2016100524	DANIELA CAROLINA AMADOR COMBARRÉS	13.3%	13.0%	24.0%	24.9%	75%	75%	APR - SETENTA Y SEIS	17	2016100524	DANIELA CAROLINA AMADOR COMBARRÉS	13.3%	13.0%	24.0%	24.9%	75%	75%	APR - SETENTA Y SEIS	
18	2016100104	DANIELA BRITTA MENDOZA GOMEZ	15.0%	15.0%	20.0%	24.9%	75%	75%	APR - SETENTA Y SEIS	18	2016100104	DANIELA BRITTA MENDOZA GOMEZ	15.0%	15.0%	20.0%	24.9%	75%	75%	APR - SETENTA Y SEIS	
19	2016100126	INSTANY ELIZABETH SOLÍS AGUILAR	14.5%	16.3%	29.7%	24.9%	81%	81%	APR - OCHENTA Y UNO	19	2016100126	INSTANY ELIZABETH SOLÍS AGUILAR	14.5%	16.3%	29.7%	24.9%	81%	81%	APR - OCHENTA Y UNO	
20	2016100097	ALEJANDRA DANIELA AGUILAR AYVA	15.0%	16.4%	24.0%	24.9%	80%	80%	APR - OCHENTA	20	2016100097	ALEJANDRA DANIELA AGUILAR AYVA	15.0%	16.4%	24.0%	24.9%	80%	80%	APR - OCHENTA	
21	2017100109	ROGER ERICO ALFARO MORA	9.3%	13.2%	24.0%	24.9%	75%	75%	APR - SETENTA Y SEIS	21	2017100109	ROGER ERICO ALFARO MORA	9.3%	13.2%	24.0%	24.9%	75%	75%	APR - SETENTA Y SEIS	
22	2017100124	LILIAN LEZZITH MAYES LAINES	13.2%	15.3%	25.3%	24.9%	71%	71%	APR - SETENTA Y UNO	22	2017100124	LILIAN LEZZITH MAYES LAINES	13.2%	15.3%	25.3%	24.9%	71%	71%	APR - SETENTA Y UNO	
23	2017100277	GRIEYR ESTERINA OVELLA CABRERAN	15.0%	15.3%	22.3%	24.9%	72%	72%	APR - SETENTA Y CINCO	23	2017100277	GRIEYR ESTERINA OVELLA CABRERAN	15.0%	15.3%	22.3%	24.9%	72%	72%	APR - SETENTA Y CINCO	
24	2017100408	IRISLANDY NICOLE ARMENTOS MORAÑA	15.0%	17.0%	24.5%	24.9%	82%	82%	APR - OCHENTA Y DOS	24	2017100408	IRISLANDY NICOLE ARMENTOS MORAÑA	15.0%	17.0%	24.5%	24.9%	82%	82%	APR - OCHENTA Y DOS	
25	2017100471	NOBELY ESTELA MARTINEZ CASTRO	13.2%	12.7%	22.2%	24.9%	70%	70%	APR - SETENTA	25	2017100471	NOBELY ESTELA MARTINEZ CASTRO	13.2%	12.7%	22.2%	24.9%	70%	70%	APR - SETENTA	
26	2017100514	HONORA FABIOLA VINCENZO SIRIANI	13.8%	17.0%	24.0%	24.9%	80%	80%	APR - OCHENTA Y CINCO	26	2017100514	HONORA FABIOLA VINCENZO SIRIANI	13.8%	17.0%	24.0%	24.9%	80%	80%	APR - OCHENTA Y CINCO	
*****ULTIMA LINEA*****										*****ULTIMA LINEA*****										

Fuente: Alonzo, s. f.a.

Para evidenciar los resultados, se analizará el cuadro de calificaciones de la asignatura de CI 738 Investigación y Selección de Mercados Externos en 3 diferentes periodos académicos en los años 2019, 2020 y 2022. En el caso de la Ilustración 3, se refiere al III PAC 2019; se puede observar que el promedio de notas es de 68 %, con un 21 % de alumnos reprobados que corresponde a 8 de 37 alumnos. Un alumno que no se presentó a clases, el cual no fue tomado en cuenta para sacar dichos promedios.

En la Ilustración 7, para el II PAC del 2020 el promedio de notas aumenta a 78 %, con un solo alumno reprobado de 33. Después de haber realizado una mejora en el diseño en esta clase en línea, en particular no solo se puede visualizar un aumento en el promedio de notas de un 10 %, sino que también una baja en la reprobación del 18 % para una matrícula similar en ambas secciones de 37 y 33 alumnos respectivamente.

Ilustración 7. Calificaciones CI 738 Investigación y Selección de Mercados Externos, II PAC 2020

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HONDURAS FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES DEPARTAMENTO DE COMERCIO INTERNACIONAL										UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HONDURAS FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES DEPARTAMENTO DE COMERCIO INTERNACIONAL										
ASIGNATURA: CI 738 INVESTIGACION Y SELECCION DE MERCADOS EXTERNOS					HORA: 0901					ASIGNATURA: CI 738 INVESTIGACION Y SELECCION DE MERCADOS EXTERNOS					HORA: 0901					
PERIODO: II PAC 2020					DOCENTE: Msc. SUYAPA JOSEFINA ALONZO PINTO					PERIODO: II PAC 2020					DOCENTE: Msc. SUYAPA JOSEFINA ALONZO PINTO					
Página: 1/2					Página: 1/2					Página: 2/2					Página: 2/2					
No.	NUMERO DE CUENTA	NOMBRE	I PARCIAL	II PARCIAL	III PARCIAL	ACUM. FINAL	REPOS.	NOTAL FINAL	OBS.	No.	NUMERO DE CUENTA	NOMBRE	I PARCIAL	II PARCIAL	III PARCIAL	ACUM. FINAL	REPOS.	NOTAL FINAL	OBS.	
1	9211544	LILIANA WALESKA HERNANDEZ	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0%	NSP - CERO		21	2017100209	NANCY KARINA MARTINEZ MARTINEZ	19.7%	11.5%	27.8%	25.5%	89%		89%	APR - OCHENTA Y CINCO
2	20011009972	JOSE GABRIEL LAGOS FORTIN	12.7%	11.0%	26.0%	25.5%	72%	72%	APR - SETENTA Y CINCO	22	2017100280	ALICIA CLARIBEL ORELLANA CRUZ	19.7%	12.0%	27.7%	28.5%	88%		88%	APR - OCHENTA Y OCHO
3	2001001120	JOYRA ARGENTINA SAGSADO TORRES	16.3%	11.0%	27.2%	21.5%	72%	72%	APR - SETENTA Y DOS	23	2017100048	CRISTY ARELY PINOZA ORELLANA	18.2%	13.0%	25.3%	23.0%	78%		78%	APR - SETENTA Y OCHO
4	2011100495	ARLEN JAVIER CRUZ TOROJILLO	4.7%	11.0%	16.0%	22.5%	54%	54%	APR - CINCUENTA Y SEISE	24	2017100497	AMERICA SAMI VARGAS ALVAREZ	19.2%	12.0%	28.5%	28.5%	88%		88%	APR - OCHENTA Y OCHO
5	2013100824	KARINA ELIZABETH MARTINEZ VALVERDE	19.2%	12.0%	27.2%	22.5%	81%	81%	APR - OCHENTA Y UNO	25	2017100411	WENDY ROSARIO VALENZUELA RODRIGUEZ	14.7%	12.0%	23.0%	21.0%	71%		71%	APR - SETENTA Y UNO
6	20121009237	EDISON ALFREDO NUÑEZ BETANCOURTH	19.2%	12.0%	28.7%	25.5%	85%	85%	APR - OCHENTA Y CINCO	26	2017100496	CENYA YAGRA PINOZA ALVAREZ	19.5%	13.0%	29.0%	23.5%	80%		80%	APR - OCHENTA Y CINCO
7	2011100876	DANIELA NICOLE CRUZ CHINCHILLA	17.7%	11.0%	26.2%	25.5%	80%	80%	APR - OCHENTA	27	2017100419	KIMBERLY NICOL CASTELLANOS CARRANZA	18.8%	13.0%	28.7%	28.0%	89%		89%	APR - OCHENTA Y NUEVE
8	2011100149	JOSUE LUIS CASTELLANOS BARRILEZ	14.2%	13.5%	25.0%	25.5%	76%	76%	APR - SETENTA Y SEIS	28	2017100417	JOSIAN ANITA GOMEZ GARCIA	19.2%	12.0%	27.7%	25.5%	85%		85%	APR - OCHENTA Y CINCO
9	20142400097	TANIA GISELLA SANDOVAL MORA	14.0%	9.5%	20.2%	25.5%	69%	69%	APR - SETENTA Y SEIS	29	2017100417	NATALIA MONSERRATH CLAROS SCHULTZ	19.2%	13.0%	28.5%	23.5%	84%		84%	APR - OCHENTA Y CUATRO
10	2013100097	HEIDI SARAH CACERES ARIAS	19.3%	12.5%	25.0%	23.0%	80%	80%	APR - OCHENTA	30	2018100099	KARLA LILIANA AMADOR OSORIO	19.0%	11.5%	25.5%	22.0%	79%		79%	APR - SETENTA Y NUEVE
11	2013100540	LILIAN ALEJANDRA ZERON RODAS	18.8%	13.0%	28.3%	28.0%	88%	88%	APR - OCHENTA Y OCHO	31	2018100483	JENNIFER PAOLA MONTOYA BANGAS	19.7%	12.0%	27.7%	23.5%	83%		83%	APR - OCHENTA Y TRES
12	2013100540	WILBER MANUEL BONILLA TORRES	15.8%	11.5%	24.0%	23.5%	73%	73%	APR - SETENTA Y TRES	32	2018100408	JOSELYNE PATRICIA ROMERO ZUNIGA	19.2%	11.5%	25.2%	22.5%	78%		78%	APR - SETENTA Y OCHO
13	2013100112	ELVIRA GORENA FLORES COLLANTES	20.0%	12.0%	26.3%	26.5%	89%	89%	APR - OCHENTA Y NUEVE	33	2018100013	ERISIO EMANUEL RAMOS RODRIGUEZ	19.5%	12.0%	29.0%	28.5%	89%		89%	APR - OCHENTA Y NUEVE
14	20131001851	LITZA TAHIRY MORALES VIDUA	13.0%	11.5%	24.8%	23.0%	72%	72%	APR - SETENTA Y DOS	*****ULTIMA LINEA*****										
15	20131003229	EMILIA LINDSEY TORRES ROSA	19.2%	12.0%	25.5%	23.0%	80%	80%	APR - OCHENTA	*****										
16	20161003931	SILVIA MICHELLE MEDINA ROSALES	19.2%	11.5%	26.5%	21.5%	79%	79%	APR - SETENTA Y NUEVE											
17	20161005172	JENNIFER DANIELA VALLADARES MONCADA	15.5%	13.0%	23.7%	28.0%	80%	80%	APR - OCHENTA											
18	20161006010	OSER AIEL MATEOEN DIAZ	18.7%	13.0%	26.3%	23.5%	82%	82%	APR - OCHENTA Y DOS											
19	20161001388	SCARLETH YESSAMIN ZAPATA CARDONA	19.0%	12.0%	26.2%	25.5%	83%	83%	APR - OCHENTA Y TRES											
20	20171000087	NELSI VANILLY BETANCOR ORDÓÑEZ	18.2%	13.0%	28.5%	28.0%	88%	88%	APR - OCHENTA Y OCHO											

Fuente: Alonzo, 2019b.

Dándole seguimiento a la misma asignatura para el I PAC del 2020, con 41 alumnos matriculados presentan un promedio de notas finales de 82 %, con 2 alumnos reprobados. Se mantiene la tendencia de mejora en el promedio de notas y baja reprobación.

b) Los resultados intangibles

Aún y cuando es difícil medir mejoras intangibles por su misma naturaleza, se ha podido observar el aumento de:

- *El interés de los alumnos en la atención.* Según lo que se menciona en la página web de Queridoseducadores.com, el logro de objetivos de aprendizaje y en el nivel de enseñanza. Los alumnos llegan a sentirse alentados a seguir al saber que hay alguien que cree en ellos y en sus habilidades. Es a menudo la diferencia entre los estudiantes que simplemente se

Ilustración 8. Calificaciones CI 738 Investigación y Selección de Mercados Externos, I PAC 2022

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HONDURAS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
DEPARTAMENTO DE COMERCIO INTERNACIONAL

ASIGNATURA: CI 738 INVESTIGACIÓN Y SELECCIÓN DE MERCADOS EXT.-VIRTUAL HORA: 1701

PERIODO: I PAC 2022 DOCENTE: MSc. SUYAPA JOSEFINA ALONZO PINTO 1/3

Nº.	NUMERO DE CUENTA	NOMBRE	I PARCIAL	II PARCIAL	III PARCIAL	ACUM.	REPOS.	NOTA FINAL	OBS.
1	201708181	NANCY YERAZONA ESCOBAR UDAE	11	18	23	24		36	APR - SESENTA Y SEIS
2	2017101154	OSCAR MARCELO RIVERA RODRIGUEZ	11	18	25	27		46	APR - OCHENTA Y SEIS
3	2017102603	SABRILLA ALJANDIRA VELAZ TRIGOS	11	16	25	24		36	APR - SESENTA Y SEIS
4	2015101057	HANKE YANET ROSAS JACOB	10	11	27	4		56	APR - CIENTO Y SEIS
5	2015102605	MELANY WIPHOEL GARIBO GONZ	7	7	18	13		45	APR - CUARENTA Y CINCO
6	2015101728	NESTOR FERRERIANO TORRES JARAMA	11	18	25	20		38	APR - SESENTA Y CINCO
7	2015102440	WILSON NUÑEZ BALCA	14	17	25	20		31	APR - SESENTA Y CINCO
8	2015102129	ALEJANDRO VANDERCA SOTO GARCIA	14	14	24	26		39	APR - SESENTA Y NUEVE
9	2015101043	ABEL ALONSO VANDERCA MATEU	14	14	24	26		39	APR - SESENTA Y NUEVE
10	2015101842	KARLA TRINDAD CORTIJO CAMPANA	14	15	26	24		37	APR - OCHENTA Y UNO
11	2015102484	DAVID JOSE PEÑALTA LOPEZ	14	15	29	24		41	APR - OCHENTA Y UNO
12	2015102607	CARLOS MANUEL AMARAL MORALES	14	19	25	24		41	APR - OCHENTA Y UNO
13	2015102607	ANDREA DANIELA ANDRINO ZAMBRANO	14	19	25	24		41	APR - OCHENTA Y UNO
14	2015102607	CAROLINA MARCELA CHACON PONCE	15	17	27	20		40	APR - OCHENTA Y NUEVE
15	2015102607	JOSE LUIS NUÑEZ DELA	15	15	27	20		40	APR - OCHENTA Y NUEVE
16	2018102603	DANIELA MICHEL ALONZO DOMINGO	13	17	31	28		49	APR - OCHENTA Y NUEVE
17	2018102607	MARCELO ALONSO RODRIGUEZ TERESA	15	17	30	28		41	APR - OCHENTA Y UNO

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HONDURAS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
DEPARTAMENTO DE COMERCIO INTERNACIONAL

ASIGNATURA: CI 738 INVESTIGACIÓN Y SELECCIÓN DE MERCADO EXT.-VIRTUAL HORA: 1701

PERIODO: I PAC 2022 DOCENTE: MSc. SUYAPA JOSEFINA ALONZO PINTO 2/3

Nº.	NUMERO DE CUENTA	NOMBRE	I PARCIAL	II PARCIAL	III PARCIAL	ACUM.	REPOS.	NOTA FINAL	OBS.
18	2018101124	LADRA MARISA ROMERO COLINDREZ	14	16	28	30		48	APR - OCHENTA Y OCHO
19	2018101381	LETICIA MARINO MARTINEZ FIGUEROA	14	18	32	21		44	APR - OCHENTA Y OCHO
20	2018102924	RAON ORLANDO GARCIA MARTINEZ	15	18	31	24		44	APR - OCHENTA Y OCHO
21	2018102707	FERNANDO JOSE RODRIGUEZ ROS	13	16	30	30		49	APR - OCHENTA Y NUEVE
22	2018102580	NEUSY BETHA RODRIGUEZ CHAVEZ	13	17	27	30		45	APR - OCHENTA Y CINCO
23	2018102540	ROS DANIELA BERRIA RODRIGUEZ	15	17	29	30		41	APR - OCHENTA Y UNO
24	2018102707	DANARA ROS VENTURA ZOLA	12	16	23	28		39	APR - SESENTA Y NUEVE
25	2018102670	JUAN CARLOS VALERIANO YOSA	15	17	30	28		40	APR - OCHENTA Y UNO
26	2018102670	FABIO GABRIEL VALLADARES MARCHES	14	18	30	28		40	APR - OCHENTA Y UNO
27	2018102710	BEATRIZ ANDREA CANO RIVERA	12	16	30	24		42	APR - OCHENTA Y DOS
28	2018102707	OSCAR ALDO PELAYO VELAZ	14	18	30	27		40	APR - OCHENTA Y UNO
29	2018102670	MARLENE DANIELA CALZ GARCIA	13	16	26	26		42	APR - OCHENTA Y DOS
30	2018102707	FRANCIS SANTOS ROSALES MARCOS	13	16	26	26		42	APR - OCHENTA Y DOS
31	2018102707	ERICCA ROSANA BONILLA LAMAS	13	14	25	25		39	APR - SESENTA Y NUEVE
32	2019102001	ANDERSON ENRIQUE HERNANDEZ BIRWELLON	15	18	29	27		40	APR - OCHENTA Y UNO
33	2019102681	HANKE FABRICO GARCIA MEDINA	13	14	23	26		36	APR - SESENTA Y SEIS
34	2019102120	HELEN ROSANA BONILLA GARCIA	14	18	29	28		40	APR - OCHENTA Y SEIS

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HONDURAS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
DEPARTAMENTO DE COMERCIO INTERNACIONAL

ASIGNATURA: CI 738 INVESTIGACIÓN Y SELECCIÓN DE MERCADO EXT.-VIRTUAL HORA: 1701

PERIODO: I PAC 2022 DOCENTE: MSc. SUYAPA JOSEFINA ALONZO PINTO 3/3

Nº.	NUMERO DE CUENTA	NOMBRE	I PARCIAL	II PARCIAL	III PARCIAL	ACUM.	REPOS.	NOTA FINAL	OBS.
35	2019102540	HANDESON MISAEL MEJIA CARRASCO	14	18	18	26		45	APR - OCHENTA Y CINCO
36	2019102758	MARITZA LILIANA GOMEZ BUSTILLO	15	19	25	25		49	APR - OCHENTA Y CINCO
37	2019102342	FABRIZIO PAVLA YANAL	14	18	30	24		46	APR - OCHENTA Y SEIS
38	2019102920	DANIELA ALEJANDRA VACOSITO LOBOS	14	16	26	27		43	APR - OCHENTA Y TRES
39	2019102511	POUSHA KAROLINA ROSALES RIVERA	14	17	25	26		41	APR - OCHENTA Y UNO
40	2019102649	ANAY REBECCO AVILA PAVON	13	19	28	27		47	APR - OCHENTA Y UNO
41	2020102020	FRANCISCA ROSALES MEJIA	15	19	17	27		41	APR - OCHENTA Y UNO
42	2020102020	*****ULTIMA LINEA*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****

Fuente: Alonzo, 2019c.

presentan a clases y los que se esfuerzan por aprender. Al ser atendidos, se responden sus dudas utilizando nuevas tecnologías; por otro lado, los motiva a participar.

- **La autoeficacia.** Se ha logrado una mejoría en la percepción de lo que el alumno piensa de sí mismo en lo referente a sus habilidades para llevar a cabo una determinada tarea, como lo mencionan Rossi, et al. (2020).
- **La autoconfianza.** Los alumnos se sienten más seguros de sí mismos, como es mencionado en la página web oficial de Kidshealth.org. Dentro de esa seguridad, se construye una actitud mental, que ayuda a desprenderse de las dudas sobre uno mismo, haciendo que corran más riesgos al salirse de su zona de confort y que es ahí donde reconoce su talento.
- El placer en hacer tareas que son obligatorias, pero que, al mismo tiempo, se sienten atraídas por ellos y disfrutan el proceso.
- **La organización de tiempo.** Permittedole al alumno manejar el tiempo de la manera que desee, sin presiones y sin descuidar otras actividades.

- **El acceso a la información.** El matricular una asignatura virtual significa que el alumno tendrá acceso a una variedad de fuentes de información que le sirven, no solo como complemento, sino también como material extradescargable, para revisarlo las veces que quiera, cuando quiera y donde quiera.

Conclusiones

La educación virtual es un elemento que permite desarrollar el proceso de enseñanza y aprendizaje a través de la implementación de las tecnologías de información y comunicación (TIC), llevando a cabo la labor educativa desde cualquier lugar sin necesidad de encontrarse de forma presencial con el docente. Mota, Concha y Muñoz (2020) mencionan que la educación virtual les permite a los alumnos adquirir habilidades y conocimientos a su propio ritmo y no de forma colectiva, sin limitarlo a un horario. Esta metodología convierte, en la mayoría de los casos, al estudiante en autodidacta, ya que la demanda de trabajo autónomo es alta.

El uso de la educación virtual ha sido muy cuestionado, pero ha venido tomando fuerza a través de la implementación de clases que mejoran la comprensión lectora. El uso de simuladores matemáticos y geométricos, programas de análisis lógico permiten señalar que la tecnología aporta de manera positiva a la gestión educativa y académica a cualquier nivel educativo.

Como lecciones aprendidas de esta experiencia, primero que nada, se puede decir que ha resultado ser muy positiva, en el proceso de aprendizaje como en la aceptación y en la evaluación cuantitativa, siendo clave el uso de recursos audiovisuales, evidenciando la necesidad de inclusión de este tipo de metodologías, así como en la elaboración del material necesario para el proceso de aprendizaje en el aula virtual universitaria. Se obtuvieron como resultados tangibles, la mejora en el promedio de notas del alumno, incrementando su índice global y disminuyendo el porcentaje de reprobación de la clase en línea.

Antes de adoptar esta modalidad es conveniente reflexionar sobre algunas consideraciones, en donde el alumno debe ser capaz de adquirir conocimientos de manera autónoma fuera del aula, así como disponer de las condiciones necesarias para hacerlo, ya que cursar clases en línea no es para todos, los alumnos deberán conocer sus habilidades y capacidades para asegurar el éxito.

Los beneficios del diseño de clases en línea parecieran ser mínimos comparados con el modelo de clase tradicional. Y hay que tomar en cuenta que el tiempo invertido en la elaboración de recursos puede ser elevado. Sin embargo, al manejarlo correctamente puede optimizar el aprendizaje del alumno y reducir el trabajo administrativo del docente.

Esta experiencia ha resultado ser muy enriquecedora para los docentes que participaron en el diseño de asignaturas virtuales, como también en el proceso en sí, ya que refleja una mejora del aprendizaje con un incremento de la evaluación cuantitativa del estudiantado, lo que evidencia la

necesidad de inclusión de este tipo de metodologías de enseñanza, que van más allá de la elaboración de material y recursos para explicar temas, para cumplir con los objetivos, sobre todo, si se desarrolla de manera organizada siguiendo las fases que se han identificado en la metodología, razón por la que se ha querido socializar esta experiencia.

Estas son algunas reflexiones sobre el proceso de diseño de asignaturas en línea para la carrera de Comercio Internacional:

1. Es posible crear material educativo de buena calidad, utilizando herramientas digitales gratis y accesibles, que podrán desarrollar la imaginación del docente para crear más contenidos y hacer un mejor seguimiento de sus estudiantes.
2. Se debe dividir la clase de manera estratégica. Una excelente opción es separar los temas en tópicos, para que se presente un material completo y fácil de consumir.
3. El acompañamiento del alumno desde el Campus Virtual y de Teams permite un acercamiento al logro de los objetivos de aprendizaje, mejorando la comunicación.
6. Hay que definir los objetivos, delimitando qué se quiere hacer y a dónde quiere llegar con el contenido virtual.
8. El docente debe organizar el horario, ya que definir bien el tiempo que se va a dedicar a crear la clase en línea tanto como impartirla es importante para enfocarse, pero también para desarrollar otras actividades profesionales como personales.
9. Hay que tener un plan de clases y seguir un guion de temas para que el material sea completo sin ser repetitivo.
10. Hay que mantenerse actualizado porque mundo digital es rápido y exige que estemos estudiando constantemente. Por lo tanto, tener un contenido innovador hará las clases más interactivas.
14. Como recomendación para el docente interesado en impartir clases virtuales, sería

evitar acumular la revisión de tareas. Por eso es importante la planificación, la disciplina y el orden en el trabajo.

15. Hay un reconocimiento institucional que no solo es gratificante, sino que es un compromiso para seguir.

La educación ha cambiado para siempre y no volverá a ser lo que era antes de la pandemia del COVID-19, las clases en línea seguirán ocupando un lugar central en la formación alrededor del mundo, confirmando que existe un mercado en constante crecimiento que puede explorarse en todos los niveles educativos.

Es necesario desaprenderse del modelo tradicional centrado en la información, la memorización y la verticalidad, y construir modelos con metodologías activas, el aprender a aprender, la autorregulación del aprendizaje, de trabajo autónomo, colaborativo y cooperativo.

Por eso, se invita a docentes universitarios que se apoyen en innovaciones tecnológicas y que diseñen sus clases para poderlas ofertar en línea, que se mantengan al día en las últimas herramientas digitales, así como con investigaciones y avances científicos en su campo, lo que puede fomentar enriquecer el aprendizaje continuo de sus carreras.

Bibliografía

- ALONZO, S. (2019a). Calificaciones CI 738 Investigación y Selección de Mercados Externos, III PAC 2019. Tegucigalpa, Tegucigalpa, Honduras.
- ALONZO, S. (2020b). Calificaciones CI 738 Investigación y Selección de Mercados Externos, II PAC 2020. Tegucigalpa, Honduras.
- ALONZO, S. (2022c). Calificaciones CI 738 Investigación y Selección de Mercados Externos, I PAC 2022. Tegucigalpa, Honduras.
- Campusvirtual.unah.edu.hn. (2019a). Ejemplo de presentación de recursos en la asignatura en línea Historia del Comercio Internacional. Recuperado el 4 de marzo de 2024, de <https://campusvirtual.unah.edu.hn/course/view.php?id=32476§ion=0#tabs-tree-start>
- Campusvirtual.unah.edu.hn. (2021b). Ejemplo de presentación de recursos en la asignatura en línea. Seminario de Investigación. Recuperado en enero de 2024, de <https://campusvirtual.unah.edu.hn/course/view.php?id=32387§ion=4#tabs-tree-start>
- Canva.com. (2024a). Infografía de la Metodología. Recuperado el 4 de marzo de 2024, de https://www.canva.com/design/DAF-v_BzD_k/MJocG26w2IQQOio9U-t3VeQ/edit?utm_content=DAF-v_BzD_k&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton
- Canva.com. (s. f.b). Ejemplo de presentación en Canva – Asignatura: Mercadotecnia Internacional. Recuperado el 5 de marzo de 2024, de https://www.canva.com/design/DAEtM675tqo/zLpqcAHpgG8q-TamFZjleg/edit?utm_content=DAEtM675tqo&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton
- Canva.com. (s. f.c). Eemplo de Presentación en Canva – Asignatura: Investigación de Mercados Externos. Recuperado el 4 de marzo de 2024, de https://www.canva.com/design/DAFKEVMzJHE/Dd657oVdD4kfiOD-rTeGIbQ/edit?utm_content=DAFKEVMzJHE&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton
- Cienciaseconomicas.unah.edu.hn. (2024). Historia de la Facultad de Ciencias Económicas. Recuperado el 4 de marzo de 2024, de <https://cienciaseconomicas.unah.edu.hn/acerca-de-la-facultad/historia/>
- DIGIÓN, L., & ÁLVAREZ, M. (2021). Experiencia de enseñanza-aprendizaje con aula virtual en el acompañamiento pedagógico debido al COVID-19. *Revista Scielo*, 13(1).
- Equipo editorial, Etecé. (2020). Innovación. Recuperado el Enero de 2024, de <https://concepto.de/innovacion/>
- GCFGlobal. (s. f.). ¿Qué es la educación virtual? Recuperado el enero de 2024, de <https://>

- edu.gcfglobal.org/es/educacion-virtual/que-es-la-educacion-virtual/1/
- Hotmart.com. (2021). 5 Metodologías de enseñanza que necesitas conocer. Recuperado el 29 de febrero de 2024, de <https://hotmart.com/es/blog/metodologias-de-ensenanza>
- Kidshealth.org. (s. f.). ¿Qué es la seguridad en uno mismo? Recuperado el 1 de marzo de 2024, de <https://kidshealth.org/es/teens/confidence.html#:~:text=La%20seguridad%20o%20la%20confianza,que%20eres%20una%20persona%20capaz.>
- MOTA, K., CONCHA, C., & MUÑOZ, N. (2020). Educación virtual como agente transformador de los procesos de aprendizaje. *Revista Redalyc*.
- NAVAS, M., & ALCARAZ, N. (2016). Innovación educativa más allá de la ficción (Vol. Digital). (F. J. Labrador, Ed.) Madrid, España: Ediciones Pirámides. Recuperado en enero de 2024.
- UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA de HONDURAS. (2009). Recuperado en enero de 2024, de modelo educativo de la UNAH: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiO_8n-64v6DAxVbibAFHayWCmwQFnoECBAQA-Q&url=https%3A%2F%2Fepidemiologia.unah.edu.hn%2Fdocsdocument%2F8829-modelo-educativo-de-la-unah-pdf&usg=AOvVaw-rtPWn6fpuK4z2Mkg5iEHe3&opi=89978449
- Quality Leadership University Panamá. (s. f.). ¿Por qué son importantes las clases virtuales? Recuperado en enero de 2024, de <https://qlu.ac.pa/por-que-importantes-clases-virtuales/#:~:text=Debido%20a%20la%20naturaleza%20de,tu%20ritmo%20de%20ser%20necesario.>
- Queridoseducadores.com. (s. f.). ¿Qué interesa a los estudiantes? Recuperado el 1 de marzo de 2024 de <https://queridoseducadores.com/que-interesa-a-los-estudiantes/#:~:text=Sentirse%20alentados%20a%20seguir%3A%20el,Ser%20entendidos%20en%20sus%20dificultades.>
- ROSSI, T., TREVISOL, A., DOS SANTOS-NUNES, D., & VON HOHENDORFF, J. (2020). Autoeficacia general percibida y motivación para aprender en adolescentes de educación media. *Revista Scielo*, 23(1).