

Explorando los Orígenes: Antecedentes de los Sistemas Informáticos en Mercadeo

Economía, Administración & Contaduría | Mercadeo | Aprendizaje Basado en Casos

Descripción

Este plan de clase está diseñado para que estudiantes de educación técnica y tecnológica en la asignatura de Mercadeo comprendan los antecedentes y la evolución de los sistemas informáticos, con énfasis en cómo estos han transformado el área del mercadeo. A través de la metodología de Aprendizaje Basado en Casos (ABC), los estudiantes analizarán un caso real presentado en un ejemplo multimedia de Instagram que muestra la evolución tecnológica y su impacto en la gestión de información.

Los estudiantes aprenderán a identificar los hitos clave en la historia de los sistemas informáticos, comprenderán su importancia en el ámbito empresarial y cómo estas tecnologías han optimizado los procesos de mercadeo. Además, se fomentará el desarrollo de habilidades de análisis crítico y toma de decisiones basadas en evidencia.

Este conocimiento es relevante para su vida diaria y profesional, pues los sistemas informáticos están presentes en casi todas las actividades comerciales y de mercadeo actuales, facilitando desde la gestión de datos hasta la interacción con clientes en plataformas digitales.

Objetivos de Aprendizaje

- Analizar los antecedentes históricos de los sistemas informáticos y su evolución.
- Relacionar la evolución de los sistemas informáticos con el desarrollo de herramientas en mercadeo.
- Evaluar el impacto de los sistemas informáticos en la gestión y estrategia de mercadeo actual.
- Argumentar la importancia de los sistemas informáticos en procesos comerciales mediante un caso real.

Recursos Necesarios

- Computadora con conexión a internet y proyector para mostrar el contenido multimedia.
- Acceso al enlace de Instagram: https://www.instagram.com/p/DV6XYANieGi/?img_index=2
- Hojas blancas y marcadores para elaboración de organizadores gráficos.
- Plantillas impresas de hoja de trabajo con preguntas guía para el análisis del caso.
- Pizarra o rotafolio para apuntes colaborativos.

Requisitos Previos

- Conocimiento básico sobre qué es un sistema informático.

- Familiaridad con conceptos elementales de mercadeo.
- Habilidad para trabajar en equipo y participar en discusiones grupales.
- Experiencia previa en análisis de casos o situaciones prácticas.

Actividades

Fase de Inicio

Tiempo estimado: 20 minutos

Propósito de la sesión:

Docente: Explica que en esta sesión se explorarán los orígenes y primeros desarrollos de los sistemas informáticos, y su importancia en el mercadeo. Destaca que entender estos antecedentes les permitirá valorar las herramientas tecnológicas actuales y futuras.

Estudiantes: Escuchan y se preparan para participar activamente en las actividades.

Activación de conocimientos previos:

Docente: Plantea la pregunta detonadora: "¿Qué sistemas o tecnologías usan en sus celulares o computadoras que creen que ayudan a las empresas a vender productos o servicios?"

Estudiantes: Responden oralmente o por escrito, mencionando ejemplos como aplicaciones, redes sociales, sistemas de pagos, etc.

Motivación y enganche:

Docente: Presenta un dato curioso: "El primer sistema informático creado para facilitar el procesamiento de datos en negocios apareció en la década de 1950, mucho antes de que existieran los celulares o internet. Imaginen cómo era trabajar sin estas tecnologías." Muestra una imagen o breve video histórico.

Estudiantes: Observan y reflexionan sobre el contraste con la tecnología actual.

Contextualización:

Docente: Conecta la importancia de los sistemas informáticos con el mercadeo actual, señalando que muchas estrategias dependen de estas herramientas para analizar mercados y llegar a clientes.

Estudiantes: Comprenden la relevancia directa del tema en su formación y futura vida laboral.

Fase de Desarrollo

Tiempo estimado: 78 minutos

Presentación del contenido:

Docente: Introduce el concepto de antecedentes de los sistemas informáticos usando un breve esquema visual con fechas y eventos clave. Luego, invita a los estudiantes a observar el ejemplo real compartido en Instagram (enlace proporcionado), que muestra la evolución tecnológica y su aplicación moderna.

Actividad 1: Análisis guiado del contenido multimedia

- **Objetivo:** Analizar los antecedentes históricos y relacionarlos con el desarrollo tecnológico actual.
- **Instrucciones:**
 - El docente proyecta el video o imágenes del enlace de Instagram.
 - Los estudiantes observan atentamente.
 - Luego, en grupos de 3-4, responden preguntas guía impresas: ¿Qué tecnologías se muestran? ¿Cómo han cambiado con el tiempo? ¿Qué impacto creen que tienen en el mercadeo?
- **Organización:** Grupos de 3-4 estudiantes
- **Producto:** Respuestas escritas en hoja de trabajo.
- **Tiempo:** 30 minutos
- **Rol del docente:** Facilita la reproducción del material, supervisa grupos, hace preguntas como "¿Por qué creen que estas tecnologías fueron importantes para las empresas?" y "¿Cómo podrían aplicar estas herramientas en mercadeo hoy?"

Actividad 2: Mapa cronológico colaborativo

- **Objetivo:** Relacionar la evolución de los sistemas informáticos con el desarrollo de herramientas en mercadeo.
- **Instrucciones:**
 - En una hoja grande o rotafolio, cada grupo añade fechas y eventos relevantes sobre los sistemas informáticos y su impacto en mercadeo, basados en el análisis del video y conocimientos previos.
 - Los grupos presentan brevemente su parte del mapa.
- **Organización:** Grupos de 3-4 estudiantes (mismos grupos)
- **Producto:** Mapa cronológico visual en rotafolio
- **Tiempo:** 30 minutos
- **Rol del docente:** Orienta la elaboración, aclara dudas y promueve la presentación ordenada y clara.

Actividad 3: Discusión reflexiva sobre impacto en mercadeo

- **Objetivo:** Evaluar y argumentar la importancia de los sistemas informáticos en la gestión comercial.
- **Instrucciones:**
 - En plenaria, el docente plantea: "¿Cómo creen que los sistemas informáticos facilitan hoy la creación de campañas de mercadeo y la interacción con clientes?"
 - Los estudiantes debaten y aportan ejemplos concretos, incluyendo el uso de datos, plataformas digitales y automatización.

- **Organización:** Plenaria
- **Producto:** Conclusiones orales y apuntes en pizarra
- **Tiempo:** 18 minutos
- **Rol del docente:** Modera, hace preguntas guía para profundizar, y resume las ideas clave.

Diferenciación:

- **Estudiantes que terminan antes:** Se les invita a investigar brevemente otros hitos tecnológicos relacionados y compartirlos con el grupo.
- **Estudiantes con dificultades:** Reciben apoyo adicional mediante preguntas más concretas y resúmenes visuales simplificados del contenido.

Transiciones:

El docente conecta la actividad del análisis del video con la construcción del mapa cronológico destacando la importancia de ordenar la información para entender la evolución. Luego relaciona el mapa con la discusión final para reflexionar sobre la aplicación práctica en mercadeo.

Fase de Cierre

Tiempo estimado: 22 minutos

Síntesis:

Docente: Solicita a cada estudiante que escriba en una hoja tres ideas clave que aprendieron sobre los antecedentes de los sistemas informáticos y su impacto en mercadeo.

Estudiantes: Escriben sus tres ideas principales (ticket de salida).

Reflexión metacognitiva:

Docente: Formula las siguientes preguntas para que los estudiantes respondan oralmente o por escrito:

- ¿Cómo ha cambiado la forma en que las empresas usan la tecnología para vender productos desde los primeros sistemas informáticos hasta hoy?
- ¿Por qué es importante para un profesional de mercadeo conocer los antecedentes de estas tecnologías?
- ¿Qué aprendizaje de hoy creen que pueden aplicar en su futura carrera?

Retroalimentación:

Docente: Revisa las ideas clave y respuestas, ofrece comentarios positivos, corrige conceptos erróneos y destaca la importancia del aprendizaje para su desarrollo profesional.

Transferencia:

Docente: Explica que en próximas sesiones se estudiarán los sistemas informáticos actuales usados en mercadeo digital y cómo diseñar estrategias apoyadas en tecnología.

Tarea o reto:

Docente: Propone que los estudiantes busquen un ejemplo actual de herramienta tecnológica usada en mercadeo (app, software o plataforma) y preparen una breve explicación de cómo esa herramienta ayuda a vender o promocionar productos o servicios.

Evaluación

Tipo de evaluación:

- Diagnóstica: en la fase de inicio con la pregunta detonadora para conocer conocimientos previos.
- Formativa: durante el desarrollo, a través de la observación de la participación en actividades grupales y plenarias, y revisión de productos como hoja de trabajo y mapa cronológico.
- Sumativa: en el cierre, con la síntesis escrita de las tres ideas clave y respuestas a preguntas de reflexión metacognitiva.

Criterios de evaluación:

- Capacidad para identificar y analizar los antecedentes históricos de los sistemas informáticos (Actividad 1, síntesis escrita).
- Habilidad para relacionar eventos históricos con el desarrollo de herramientas en mercadeo (Mapa cronológico).
- Participación activa en discusiones argumentando la importancia de los sistemas informáticos en mercadeo (Actividad 3).
- Claridad y profundidad en la reflexión sobre el aprendizaje y su aplicación (Preguntas de reflexión y ticket de salida).

Instrumentos sugeridos:

- Lista de cotejo para evaluación de participación y productos escritos.
- Rubrica sencilla para el mapa cronológico y síntesis escrita.
- Observación directa en plenaria.
- Autoevaluación breve al final para que los estudiantes valoren su comprensión.

Evidencias de aprendizaje:

- Respuestas en hoja de trabajo del análisis del caso multimedia.
- Mapa cronológico colaborativo.
- Participación en debate y conclusiones orales.
- Ticket de salida con ideas clave y respuestas a preguntas metacognitivas.