



EXPERIENCIA DOCENTE BASADA EN LA METODOLOGÍA FLIPPED CLASSROOM EN EL ÁMBITO UNIVERSITARIO

Teaching experience for the training of university students with the use of Flipped Classroom methodology

MARIA TERESA FERNANDEZ-ALLES ¹, MIGUEL ANGEL SÁNCHEZ-JIMÉNEZ ¹

¹ Universidad de Cádiz, España

KEYWORDS

*Flipped Classroom
Inverted Classroom
Quality
Methodology
Motivation
Satisfaction
University*

ABSTRACT

This paper focuses on the analysis of university students' perception of the use of the Flipped Classroom methodology. The results obtained from a teaching experience based on its use will be analysed, focusing, among other aspects, on student satisfaction, understanding of knowledge and acquisition of skills, the degree of involvement of teachers and students, as well as the perceived advantages and disadvantages. The results obtained show, among other benefits, the perception of an improvement in the teaching-learning process and an increase in the quality of training and student satisfaction.

PALABRAS CLAVE

*Flipped Classroom
Aula Invertida
Calidad
Metodología
Motivación
Satisfacción
Universidad*

RESUMEN

Este trabajo se centra en el análisis de la percepción del alumnado universitario acerca de la utilización de la metodología Flipped Classroom. Se analizarán los resultados obtenidos de una experiencia docente basada en su uso, centrándose entre otros aspectos, en la satisfacción del alumnado, la comprensión de conocimientos y adquisición de competencias, el grado de implicación de profesores/as y alumnos/as, así como las ventajas e inconvenientes percibidos. Los resultados obtenidos muestran, entre otros beneficios, la percepción de una mejora en el proceso de enseñanza-aprendizaje y un aumento en la calidad de la formación, así como en la satisfacción del alumnado.

Recibido: 03/ 08 / 2022

Aceptado: 11/ 10 / 2022

1. Introducción

La docencia universitaria, en general, y más aún, en aquellas titulaciones del ámbito de la economía y la empresa, debe adaptarse a las circunstancias cambiantes que imperan en el entorno. El propósito es claro, preparar a los futuros profesionales en aquellos conocimientos, capacidades, destrezas y habilidades demandados por las empresas de manera permanentemente novedosa.

Y es que, como afirma Barreiro (2018), los cambios que se han producido en la sociedad, con la aparición de las nuevas tecnologías, han hecho que la educación universitaria se enfrente en la actualidad a la necesidad de replantear los procesos educativos, dando cabida a una nueva comprensión acerca de cómo aprenden las personas en el nuevo contexto digital.

El empleo de metodologías docentes que tengan en cuenta las nuevas tecnologías debe contar con la predisposición de los alumnos a entenderse con sus docentes, para así obtener el máximo rendimiento del entorno digital (González y Abad, 2019).

De manera particular, en ramas como el marketing, la evolución tecnológica unida a los cambios en la filosofía y orientación que se han ido produciendo en esta ciencia, han precisado adaptar la forma de darla a conocer, dando un papel más activo al alumnado en su aprendizaje. La finalidad es garantizar la salida al mercado laboral de los estudiantes, con una formación en la materia acorde a la demanda existente, cumpliendo así con las expectativas de las empresas. Y es que el alumno del siglo XXI debe adquirir las competencias y conocimientos que le capaciten para afrontar los retos futuros de las organizaciones (Sousa, et al 2021).

Por ello, se estima necesario que la innovación en el ámbito del marketing vaya acompañada de la innovación en el modelo educativo utilizado para formar a los estudiantes en esta materia. Quito et al (2021) añaden que, además, es preciso tener docentes capaces de brindar a los estudiantes un aprendizaje activo que los motive en el proceso de enseñanza aprendizaje, dejando a un lado las clases rutinarias y tradicionales de menor interés y atractivo para los estudiantes.

Una de las estrategias de enseñanza centradas en el estudiante que ha ganado popularidad en la década más reciente (Yin, 2020), y que puede contribuir de manera destacada a lograr los objetivos indicados anteriormente, es el Aula Invertida o Flipped Classroom.

Esta metodología “se centra en la reorganización del tiempo de enseñanza y una participación activa del alumno en su aprendizaje. La transmisión de contenidos teóricos se realiza a través de soporte online y la aplicación práctica, resolución de problemas, interacción en grupo y debates en las clases presenciales” (Sousa, et al, 2021). En definitiva, consiste en invertir el modelo de docencia tradicional. Así, mediante el uso de nuevas tecnologías, se pueden poner a disposición de los estudiantes una serie de materiales (videos, apuntes desarrollados, etc.) para su preparación fuera del aula, pudiéndose dedicar el tiempo de clase a la realización de actividades. La diferencia radica en el uso de tecnología multimedia (videos, conferencias, presentaciones, etc.) para acceder al material de apoyo fuera del aula (Olvera, et al, 2014).

Esto requiere cambiar el rol de los agentes implicados, adoptando los estudiantes un papel más activo durante el desarrollo de las clases. El/la docente pone a disposición del alumnado una serie de recursos para su estudio y comprensión en sus casas o zonas de estudio, realizándose durante las clases la puesta en práctica de los conocimientos adquiridos bajo la tutorización del profesorado, quien podrá dar una formación más personalizada al perfil de los estudiantes. Concretamente, en las clases se llevarán a cabo una serie de actividades y proyectos que serán supervisadas y dirigidas por el profesor/a, quien adoptará un papel menos activo que en el modelo de docencia tradicional. Es decir, que este enfoque pedagógico invierte el desarrollo normal de las clases.

Según Prieto et al (2011), el efecto del aula invertida sobre el aprendizaje se basa en su capacidad para estimular a los alumnos a hacer cosas para aprender e implicarse más en su propio aprendizaje. Así, como afirman Yin (2020) y Låg y Sæle (2019), las estrategias de aprendizaje activo centradas en el estudiante constan de una serie de ventajas sobre los modelos de enseñanza tradicionales, estos incluyen una enseñanza y un aprendizaje más personalizados, un mejor uso del tiempo de clase y el aumento de la relevancia de las materias, que hacen que los estudiantes sean más responsables de su aprendizaje y, en consecuencia, aumentan la motivación de estos en el aprendizaje. A pesar de las ventajas asociadas al aula invertida también existe algún inconveniente práctico asociado con este modelo. Hew, et al. (2021) destacan como problema principal el tiempo del profesorado, ya que requiere que el instructor desarrolle conferencias en video de calidad y diseñe actividades presenciales apropiadas. El otro problema se refiere a la desconexión de los estudiantes en las actividades previas a la clase, ya que, si los estudiantes no completan las actividades de aprendizaje previas a la clase, el instructor no tendrá más remedio que volver a enseñar los materiales en clase.

Los beneficios que se pueden lograr con la metodología Aula Invertida o Flipped Classroom en la impartición de la docencia en marketing, justificaron la idoneidad del proyecto de innovación docente que se llevó a cabo en la Universidad de Cádiz en el curso 2021/22 y que será objeto de estudio en este trabajo.

2. Metodología

La metodología utilizada fue de tipo descriptiva. La muestra objeto de estudio estuvo formada por el alumnado matriculado en la asignatura Dirección de Marketing, perteneciente al Grado en Administración y Dirección de Empresas (ADE) y el Doble Grado Administración y Dirección de Empresas y Finanzas y Contabilidad (ADE-FYCO), que se imparten en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Se trata de una materia de 2º curso, que se imparte en el primer semestre. Tiene una carga total de 6 créditos, de los cuáles 4 son de teoría y 2 de prácticas.

El proyecto se llevó a cabo en los dos grupos teóricos y los 4 grupos prácticos del Grado en ADE, y en el grupo teórico y el práctico del Doble Grado en ADE-FYCO. El número total de créditos total en ambas titulaciones ascendió a 22, contabilizándose durante el curso un total de 180 alumnos matriculados.

En los cursos precedentes, la impartición de esta asignatura se realizó utilizando la metodología expositiva tradicional con algunas variaciones. Así, la mayor parte del tiempo de clase se dedicó a explicar los contenidos de la asignatura, aplicando un enfoque eminentemente práctico, dada la naturaleza de la materia. De ahí que, en todo momento, se involucrara al alumnado en el desarrollo de la clase, dado que su participación siempre fue considerada una pieza clave en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

De hecho, para lograr la participación del alumnado, cada curso se ha ido desarrollando diferentes proyectos de innovación docente destinados a mejorar el aprendizaje del alumnado, su motivación, su implicación y sus resultados académicos. No en vano, es una de las asignaturas del centro con mayor nivel de asistencia, habiendo sido calificada muy favorablemente en las encuestas de satisfacción del alumnado, registrando unas tasas de rendimiento académico satisfactorias.

No obstante, en el afán por seguir mejorando la calidad de la docencia, así como las tasas de rendimiento académico, se presentó un nuevo proyecto de innovación docente en el curso 2021/22, esta vez basado en el empleo de la metodología Flipped Classroom. Con esta experiencia docente se perseguía involucrar aún más a los estudiantes, implicándolos de manera más activa en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Especialmente, a aquellos estudiantes que, por diversas razones, se limitan a ser meros oyentes en las clases. La finalidad era crear un entorno educativo encaminado a dotar de un mayor protagonismo al alumnado dentro del aula, darle una mayor autonomía en su proceso de aprendizaje y asegurar la correcta comprensión de los contenidos.

A continuación, se explicará cómo se desarrolló la metodología objeto de análisis en la asignatura Dirección de Marketing. El primer día de clase del cuatrimestre en el que se imparte la asignatura, se presentó la asignatura, proporcionando al alumnado toda la información relativa a la experiencia docente que se iba a aplicar con el uso de la metodología Flipped Classroom.

Como se ha comentado anteriormente, esta metodología docente se basa en la preparación previa, por parte de los estudiantes, de los materiales didácticos proporcionados con anterioridad a las clases por el/la profesor/a. De ahí lo importante que era la correcta comprensión de este modelo docente por parte del alumnado, ya que sin su compromiso y participación era imposible aplicarlo.

El estudio y comprensión de los contenidos teóricos por parte de los estudiantes, si bien supone un trabajo extra que se le pide a los estudiantes, se corresponde con los créditos legalmente establecidos en la asignatura, viniendo recogido en las horas asignadas dentro del apartado "Estudio autónomo" en la ficha de la asignatura (Tabla 1).

Tabla 1. Actividades formativas de la asignatura Dirección de Marketing.

	Horas
Clases teóricas	32
Clases prácticas	16
Seminarios y actividades programadas	6
Trabajo en grupo	14
Trabajos individuales	10
Estudio autónomo	64
Tutorías	6
Exámenes y pruebas de evaluación	2

Fuente: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, 2022.

Se les explicó de manera detallada cómo el tiempo de clase no se iba a dedicar a explicar los contenidos de la asignatura, sino a realizar toda una serie de actividades y ejercicios encaminadas a lograr el aprendizaje activo de la misma. Eso exigía que los estudiantes llevaran preparados los contenidos indicados para cada clase con la

antelación suficiente, como medio para poder realizar las actividades que se propusieran y participar de manera activa.

Para las siguientes clases se fueron poniendo a disposición de los estudiantes, tanto los materiales didácticos con todos los contenidos de la asignatura, como los videos explicativos de cada uno de los temas. Estos videos fueron realizados por el profesorado, subiéndose a la plataforma del Moodle Campus Virtual, con una semana de antelación a su puesta en práctica en las clases presenciales. Además, el alumnado tendría la posibilidad de visualizar los videos explicativos a través del Campus Virtual, no sólo esa semana, sino en cualquier momento y cuantas veces precisara a lo largo del cuatrimestre.

La posesión de todos estos materiales permitiría aprovechar parte del tiempo de clase a organizar actividades que contribuyeran a afianzar la comprensión de los contenidos y la adquisición de las competencias, siempre y cuando los estudiantes hubieran visualizado y comprendido los contenidos de los videos con anterioridad.

Como demostraron en su trabajo Das et al (2019), los videos de aprendizaje previos a la clase utilizados en las clases invertidas hacen que los estudiantes se sientan satisfechos con los materiales y con la posibilidad que su posesión ofrece para poder realizar actividades de aprendizaje en el aula.

Posteriormente, durante el desarrollo de las clases presenciales, se formaban equipos de trabajo integrados por 3 o 4 personas, y se proponían las actividades que debían realizar, explicándose previamente y de manera detallada todos los aspectos relacionados con la empresa o el sector objeto de análisis, la problemática a solucionar o el caso a resolver, así como una serie de indicaciones para lograrlo.

Todos los equipos de trabajo tenían que realizar el mismo ejercicio, el cuál era explicado al principio de la clase, al objeto de resolver cuantas dudas les surgieran a los estudiantes respecto al contenido y resolución del mismo.

Para la resolución de las actividades, los estudiantes podían consultar cuantas bases de datos considerasen oportuno, al objeto de obtener la información necesaria para ello. Y es que, a través de las tecnologías de la comunicación actuales los estudiantes pueden acceder a la información de forma autónoma, lo que juega un papel muy importante en la implementación de la tecnología (Espinel, 2021).

Al finalizar el tiempo fijado para la realización de la tarea asignada a los grupos de clase, uno de los miembros de cada equipo se encargaría de subir la actividad del grupo al repositorio habilitado para ello en el campus virtual de la asignatura y se resolvería, de manera conjunta, la actividad.

De esta manera, se expondrían las aportaciones de cada grupo, actuando el profesorado moderando el debate, explicándose aquellos aspectos del caso que no hubiesen sabido resolver o que hubieran planteado mayores dificultades.

Para conocer la percepción del alumnado acerca de la metodología utilizada se procedió a elaborar un cuestionario que permitiera obtener la información necesaria. El cuestionario, diseñado con la herramienta Google Drive, estuvo integrado por un total de 12 preguntas. Las 10 primeras preguntas se formularon con escalas de Likert. En las 5 primeras se fijaron 5 posibles respuestas: completamente de acuerdo, muy de acuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, poco de acuerdo y nada de acuerdo. En las preguntas 6, 7, 8 y 9 se asignó una escala de 0 a 10, siendo 0 muy baja y 10 muy alta. Finalmente, la pregunta 10 incluía en la escala las siguientes respuestas: mucha dificultad, bastante dificultad, dificultad media, poca dificultad y ninguna dificultad. Los aspectos más relevantes que se trataron de conocer a través del mismo estuvieron relacionados con el grado de dificultad percibido en la asignatura con la utilización de esta metodología, la comprensión de los conocimientos y la adquisición de competencias, el grado de implicación del alumnado y del profesorado, los aspectos positivos y negativos percibidos, así como la contribución en la promoción de la sostenibilidad, entre otros.

Se incluyeron dos preguntas cerradas, la 11 y la 12, para conocer los aspectos positivos y negativos percibidos en la experiencia docente llevada a cabo con el uso de la metodología Flipped Classroom.

Transcurrido el semestre de impartición de la asignatura, se facilitó en clase para su cumplimentación el enlace del cuestionario al alumnado matriculado en la misma, al objeto de conocer su percepción acerca de esta metodología. Asimismo, se publicó el enlace del cuestionario en el Campus Virtual de la asignatura, con la finalidad de que pudiese ser contestado por el alumnado que no había asistido a clase el último día del curso.

3. Resultados

A continuación se muestran los resultados obtenidos de la encuesta realizada al alumnado de la asignatura Dirección de Marketing del Doble Grado en Administración y Dirección de Empresas y Finanzas y Contabilidad y del Grado en Administración y Dirección de Empresas acerca de su percepción sobre la metodología "Aula Invertida" empleada en el curso 2021/22. No obstante, previamente se considera relevante hacer mención, aunque sea brevemente, de la percepción del profesorado que ha puesto en práctica el uso de la misma.

3.1. Percepción del profesorado

Una vez implantada la experiencia docente, se puede afirmar, sin lugar a dudas, que la aplicación de esta metodología docente ha exigido un mayor volumen de trabajo para el profesorado por cuanto ha requerido:

1. La planificación de todas las actividades y su programación en el tiempo.

2. La preparación previa, tanto de los materiales docentes y de los videos explicativos, como de las actividades que se iban a desarrollar en cada una de las clases.
3. La continua motivación de los estudiantes para que se implicaran en la experiencia docente y llevaran preparados y visualizados los materiales a las clases.
4. El seguimiento de las actividades realizadas por el alumnado durante el desarrollo de las clases presenciales.
5. La moderación de los debates y corrección de las actividades realizadas en el aula.

Como afirmaron Prieto et al (2021), incorporar más aprendizaje activo, a través de esta metodología, requiere un esfuerzo extra por parte del profesor, así como decisión para afrontar la posible resistencia de aquellos alumnos que se sienten más cómodos con el modelo tradicional de enseñanza expositiva.

A pesar de la dificultad que conlleva la aplicación de la metodología Aula Invertida, desde el punto de vista del profesorado, se considera que la experiencia docente llevada a cabo ha sido sumamente positiva, por cuanto ha derivado en los siguientes beneficios:

- Se ha logrado una mayor implicación del alumnado en el desarrollo de la asignatura. Como se pudo constatar a lo largo del cuatrimestre más del 60% del alumnado matriculado en el Grado en ADE asistieron a clase e hicieron las actividades propuestas, situándose en el 80% en el caso del Grado en ADE-FYCO.
- Se ha logrado una mayor interacción y colaboración entre los estudiantes, por cuanto la resolución de los casos y problemas exigía realizar un trabajo colaborativo que se considera muy positivo en el aprendizaje.
- Con la realización de las actividades propuestas se han podido desarrollar las habilidades y competencias recogidas en la ficha de la asignatura. De manera particular, el dominio de herramientas informáticas aplicadas a la materia; la capacidad de aplicación de los conocimientos teóricos, metodológicos y las técnicas adquiridas en el proceso de formación; la visión estratégica de la dirección de empresas; la capacidad para diseñar e implantar las estrategias de marketing; y la capacidad para evaluar el mercado y el entorno integrado dentro del sistema de información de marketing.
- Ha contribuido a la obtención de los resultados de aprendizaje propuestos en la ficha de la asignatura, especialmente, trabajar en un contexto internacional; conocer el proceso de planificación estratégica de los productos; conocer y comprender las fuentes y el proceso de captación de información para la identificación de las oportunidades de Mercado; y saber la importancia de otorgar valor al cliente.

Si bien el profesorado esperaba con esta experiencia docente superar las tasas de éxito y rendimiento alcanzadas en los cursos precedentes, lo cierto es que apenas ha habido diferencias con otros años, dado los buenos resultados que se venían registrando. A continuación, se muestran las tasas de éxito registradas en la asignatura Dirección de Marketing, en la primera y única convocatoria de exámenes celebrada en el curso 2021/22, una vez impartida la asignatura. Como se pueden observar en la tabla 2, las tasas alcanzadas han sido muy dispares en ambas titulaciones. Así, mientras en el Doble Grado en ADE-FYCO se ha obtenido una tasa de éxito del 89.4%, en el Grado en ADE ha sido del 67.2% (Ver Tabla 2).

Tabla 2. Tasas de éxito y de rendimiento de la asignatura Dirección de Marketing en la convocatoria de febrero del curso 2021/22 (Doble Grado en ADE-FYCO y Grado en ADE).

Tasas	Doble Grado en ADE-FYCO	Grado en ADE
Tasas de éxito	89.4%	67.2%
Tasas de rendimiento	85.7%	63.2%

Fuente: Elaboración propia, 2022.

La diferencia del 22.2% entre las tasas de éxito de ambas titulaciones, aunque es preciso profundizar y analizar en profundidad, puede deberse, a la luz de los datos obtenidos, a factores como pueden ser:

El elevado número de estudiantes matriculados en el Grado en ADE en comparación a los del Doble Grado en ADE-FYCO.

El compromiso favorable mostrado con el proyecto por un mayor número de estudiantes en el caso del Doble Grado en ADE-FYCO que en el Grado en ADE.

La mayor asistencia y participación en las clases presenciales en los estudiantes del Doble Grado en ADE-FYCO con respecto a los del Grado en ADE.

Con respecto a la tasa de rendimiento obtenida por la asignatura Dirección de Marketing, se observa una diferencia similar al caso anterior entre ambas titulaciones, situándose en el 85.7% para el Doble Grado ADE-FYCO y en el 63.2% para el Grado en ADE (Ver Tabla 15).

3.2. Percepción del alumnado

En este apartado se describen los resultados obtenidos de la experiencia docente llevada a cabo en la asignatura Dirección de Marketing. Para conocer la percepción y satisfacción de los estudiantes con la utilización de la metodología Flipped Classroom en la asignatura Dirección de Marketing, en el Grado en ADE y en el Doble Grado ADE-FYCO, se ha utilizado la herramienta Google Drive.

Dentro de la misma, se ha diseñado un cuestionario integrado por 12 preguntas con el propósito de conocer la percepción del alumnado acerca de la dificultad de la asignatura impartida con esta metodología, la comprensión de los conocimientos y adquisición de competencias, el grado de implicación del alumnado, la implicación del profesorado, las cuestiones positivas y negativas percibidas, así como la contribución en la promoción de la sostenibilidad, entre otros aspectos. De las 12 preguntas que integraron el cuestionario, 10 fueron cerradas obligatorias, incluyéndose al final del cuestionario dos preguntas abiertas de carácter opcional.

De los 49 estudiantes matriculados en el Doble Grado en ADE-FYCO se ha obtenido un total de 21 respuestas, siendo la tasa de respuesta del 42.9%. En el Grado en ADE se han obtenido 60 respuestas de los 136 estudiantes matriculados, siendo la tasa de respuesta del 44.1%

A continuación, se muestran las evidencias de la experiencia docente llevada a cabo con el uso de esta metodología, analizando los resultados obtenidos con esta encuesta (Ver Anexo 1).

1º.- Mayor comprensión de los contenidos y adquisición de las competencias asociadas a la asignatura.

Con esta pregunta se pretendía saber si el alumnado había percibido si, utilizando la metodología Aula Invertida, había alcanzado una mayor comprensión de los contenidos de la asignatura y había podido adquirir las competencias asociadas a la asignatura. Los resultados obtenidos revelan que en torno al 90% del alumnado ha percibido una mejora en la comprensión y retención de la materia con la aplicación de la metodología Flipped Classroom, considerando, además, el haber contribuido al desarrollo de las competencias recogidas en la ficha de la asignatura. Las diferencias en las opiniones favorables mostradas por los estudiantes del Doble Grado ADE-FYCO con respecto a los del Grado en ADE son ligeramente diferentes, situándose en el 86.7% en el doble grado y en el 95.2% en el grado (Ver Tabla 3).

Tabla 3. Percepción del alumnado acerca de la contribución de la metodología Flipped Classroom en una mayor comprensión de los contenidos y la adquisición de las competencias asociadas a la asignatura (Doble Grado en ADE-FYCO y Grado en ADE).

Valoración	Doble Grado en ADE-FYCO	Grado en ADE
Completamente de acuerdo	19.0%	31.7%
Muy de acuerdo	76.2%	55.0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4.8%	8.3%
Poco de acuerdo	-	5.0%
Nada de acuerdo	-	-

Fuente: Elaboración propia, 2022.

2º- Mejora en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Posteriormente, se ha tratado de conocer si el alumnado había percibido una mejora del proceso de enseñanza-aprendizaje invirtiendo la metodología de la enseñanza. En ambas titulaciones, los resultados reflejan que cerca del 90% del alumnado ha percibido una mejora en el proceso de enseñanza aprendizaje, no estando de acuerdo ni en desacuerdo con tal afirmación en torno al 14% de los encuestados (Ver Tabla 4).

Tabla 4. Percepción del alumnado acerca de la contribución de la metodología Flipped Classroom en la mejora del proceso de enseñanza-aprendizaje de la asignatura (Doble Grado en ADE-FYCO y Grado en ADE).

Valoración	Doble Grado en ADE-FYCO	Grado en ADE
Completamente de acuerdo	19.0%	33.3%
Muy de acuerdo	66.7%	51.7%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14.3%	13.3%
Poco de acuerdo	-	1.7%
Nada de acuerdo	-	-

Fuente: Elaboración propia, 2022.

3º.- Mejora de la calidad de la enseñanza online empleada a través de la digitalización de los contenidos y los procesos de virtualización llevados a cabo.

En la aplicación de la metodología Flipped Classroom juega un papel relevante la enseñanza online, como medio utilizado para facilitar los materiales docentes al alumnado y las actividades a realizar, así como poner a disposición de los mismos las plataformas para realizar las entregas de las tareas. Además, la digitalización y la pandemia de la Covid-19 han dado todo su protagonismo a las tutorías online, a través de distintos recursos como son el correo, los foros o la plataforma Google Meet, los cuales han sido mayoritariamente utilizados en la asignatura.

Es, por ello, que con esta pregunta se haya querido conocer la opinión de los estudiantes acerca de la enseñanza online empleada, a través de la digitalización de los contenidos y de los procesos de virtualización utilizados. Los resultados muestran que la mayoría de los estudiantes, más del 90% en ambas titulaciones, percibieron una mejora de la calidad de la enseñanza con la utilización la tipología de enseñanza objeto de estudio en esta investigación (Ver Tabla 5).

Tabla 5. Percepción del alumnado acerca de la mejora de la enseñanza online empleada a través de la digitalización de los contenidos y los procesos de virtualización llevados a cabo en la asignatura (Doble Grado en ADE-FYCO y Grado en ADE).

Valoración	Doble Grado en ADE-FYCO	Grado en ADE
Completamente de acuerdo	33.3%	35.0%
Muy de acuerdo	61.9%	58.3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	-	6.7%
Poco de acuerdo	4.8%	-
Nada de acuerdo	-	-

Fuente: Elaboración propia, 2022.

4º.- Idoneidad de facilitar materiales didácticos, como los suministrados en la asignatura analizada, en otras materias del grado.

En la cuarta pregunta se ha pretendido conocer la opinión de los estudiantes acerca de los materiales redactados y de los videos explicativos puestos a su disposición antes de las clases en la plataforma campus virtual, preguntándoles si consideraban idóneo que este tipo de materiales les fueran facilitados en otras materias que estuviesen cursando. Las evidencias muestran que el 86.7% de los estudiantes del Doble Grado en ADE-FYCO y el 83.3% de los estudiantes del Grado en ADE coinciden en que sería oportuno que se facilitaran en otras materias los materiales didácticos con los contenidos de la asignatura, con carácter previo a su desarrollo y explicación en clase (Ver tabla 6).

Tabla 6. Percepción del alumnado acerca de la idoneidad de facilitar materiales didácticos, como los empleados en la asignatura para la aplicación de la metodología Flipped Classroom, en otras materias (Doble Grado en ADE-FYCO y Grado en ADE).

Valoración	Doble Grado en ADE-FYCO	Grado en ADE
Completamente de acuerdo	38.1%	45.0%
Muy de acuerdo	47.6%	38.3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9.5%	11.7%
Poco de acuerdo	4.8%	5.0%
Nada de acuerdo	-	-

Fuente: Elaboración propia, 2022.

5º.- Promoción de la sostenibilidad.

La filosofía actual del marketing, el denominado Marketing Holístico, se basa entre otros aspectos, en la necesidad de que las organizaciones aporten valor a todos sus stakeholders y no solo a sus clientes finales, siendo preciso que tengan en cuenta los efectos de sus actuaciones sobre el entorno en todas sus dimensiones (Kotler y Keller, 2016). Este es el enfoque de responsabilidad social de que debe imperar en todas las organizaciones, y al que se le ha dado un papel protagonista en muchas de las actividades llevadas a cabo en la asignatura, analizándose aspectos tan relevantes como la sostenibilidad, el respeto del medio ambiente o la inclusión.

En este sentido, se ha querido conocer la opinión de los estudiantes acerca de la contribución de la metodología Flipped Classroom utilizada en la asignatura Dirección de Marketing en la promoción de la sostenibilidad en la clase. Los datos reflejan que en torno al 75% del alumnado se mostraron completamente de acuerdo o muy de acuerdo con tal contribución (Ver tabla 7).

Tabla 7. Percepción del alumnado acerca de la contribución de la metodología Flipped Classroom aplicada en la asignatura en la promoción de la sostenibilidad (Doble Grado en ADE-FYCO y Grado en ADE).

Valoración	Doble Grado en ADE-FYCO	Grado en ADE
Completamente de acuerdo	23.8%	36.7%
Muy de acuerdo	52.4%	36.7%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	19.0%	23.3%
Poco de acuerdo	4.8%	3.3%
Nada de acuerdo	-	-

Fuente: Elaboración propia, 2022.

6º.- Valoración de la experiencia docente llevada a cabo a través del uso de la metodología Flipped Classroom como referente de calidad (0 Muy baja-10 Muy alta).

Uno de los aspectos fundamentales en los que estuvo enfocada esta investigación fue la valoración que daban los estudiantes a la metodología Flipped Classroom a través de la experiencia docente llevada a cabo en la asignatura Dirección de Marketing. Se puede afirmar, a la luz de los resultados obtenidos, que, la experiencia docente ha sido muy bien valorada en ambas titulaciones, obteniéndose unos datos más satisfactorios en el Doble Grado en ADE-FYCO que en el Grado en ADE. Así, en esta titulación el 66.7% del alumnado la ha calificado con un sobresaliente (9-10) y el 33.4% restante con un notable (7-8). En el Grado en ADE, el 60% y 35%, respectivamente, la han valorado con un sobresaliente o un notable, respectivamente, calificándola con un aprobado (6) el 3.3% (2 estudiantes) y con un suspenso (2) el 1.7% (1 estudiante) (Ver Tabla 8).

Tabla 8. Valoración del alumnado acerca de la experiencia docente basada en la metodología Flipped Classroom aplicada en la asignatura (Doble Grado en ADE-FYCO y Grado en ADE).

Valoración	Doble Grado en ADE-FYCO	Grado en ADE
10	42.9%	35.0%
9	23.8%	25.0%
8	28.5%	25.0%
7	4.8%	10.0%
6	-	3.3%
5	-	-
4	-	-
3	-	-
2	-	1.7%
1	-	-
0	-	-

Fuente: Elaboración propia, 2022.

7º.- Valoración personal de la implicación de cada estudiante en el proyecto (0 Muy baja-10 Muy alta).

Asimismo, se ha querido conocer cómo valora cada estudiante su implicación personal en la aplicación de la metodología Flipped Classroom, algo fundamental para lograr el éxito de la misma. Los datos obtenidos en el Doble Grado ADE-FYCO reflejan como el 52.3% del alumnado valoraron su implicación como sobresaliente, mientras que el 36.1% lo calificaron con un notable. Tan solo el 4.8% del alumnado valoró su implicación con un 6. El mismo porcentaje puntuó su compromiso con un 4.

En el Grado en ADE se registraron datos similares, con implicaciones sobresalientes o notables en el 50% y 38.3%, respectivamente. El 11.7% restante ha valorado su compromiso con un 6 (Ver Tabla 9).

Tabla 9. Valoración del alumnado acerca de su implicación en la experiencia docente basada en la metodología Flipped Classroom y aplicada en la asignatura (Doble Grado en ADE-FYCO y Grado en ADE).

Valoración	Doble Grado en ADE-FYCO	Grado en ADE
10	19.0%	21.7%
9	33.3%	28.3%
8	28.6%	20.0%
7	9.5%	18.3%
6	4.8%	11.7%
5	-	-
4	4.8%	-
3	-	-
2	-	-
1	-	-
0	-	-

Fuente: Elaboración propia, 2022.

8º.- Valoración de la implicación del profesorado (0 Muy baja-10 Muy alta).

Se ha querido conocer, además, como valoran los estudiantes la implicación del profesorado. Los resultados muestran que el 100% de los estudiantes del Doble Grado en ADE-FYCO ha calificado la implicación del profesorado con el proyecto con un sobresaliente, situándose en el 85% el porcentaje en el caso del Grado en ADE (Ver Tabla 10).

Tabla 10. Valoración del alumnado acerca de la implicación del profesorado en la experiencia docente basada en la metodología Flipped Classroom y aplicada en la asignatura (Doble Grado en ADE-FYCO y Grado en ADE).

Valoración	Doble Grado en ADE-FYCO	Grado en ADE
10	90.5%	50.0%
9	9.5%	35.0%
8	-	10.0%
7	-	3.3%
6	-	1.7%
5	-	-
4	-	-
3	-	-
2	-	-
1	-	-
0	-	-

Fuente: Elaboración propia, 2022.

9º.- Valoración de la influencia del proyecto en la formación del estudiante (0 Muy baja-10 Muy alta).

Otra información relevante que la investigación ha pretendido conocer es la influencia que la experiencia docente ha tenido en la formación del estudiante, bajo su percepción. Los resultados reflejados en la Tabla 9 muestran la gran satisfacción de los estudiantes con el proyecto llevado a cabo. En este sentido, el 100% de los estudiantes del Doble Grado en ADE-FYCO y el 92.7% del Grado en ADE percibieron una influencia sobresaliente o notable con la utilización de la metodología Flipped Classroom en la impartición de la asignatura Dirección de Marketing (Ver Tabla 11).

Tabla 11. Valoración del alumnado acerca de la influencia en su formación de la experiencia docente basada en la metodología Flipped Classroom y aplicada en la asignatura (Doble Grado en ADE-FYCO y Grado en ADE).

Valoración	Doble Grado en ADE-FYCO	Grado en ADE
10	19.0%	21.7%
9	42.9%	31.7%
8	23.8%	28.3%
7	14.3%	10.0%
6	-	3.3%
5	-	5.0%
4	-	-
3	-	-
2	-	-
1	-	-
0	-	-

Fuente: Elaboración propia, 2022.

10º.- Valoración del grado de dificultad percibido en la comprensión de los contenidos y la adquisición de competencias asociadas a la asignatura al principio y al final del semestre.

En el siguiente apartado se muestra un análisis comparativo del grado de dificultad percibido por los estudiantes acerca de la comprensión de los contenidos y la adquisición de las competencias al principio del cuatrimestre, cuando se les explicó la metodología y cómo se iba a llevar a cabo, y al final del semestre.

Los resultados muestran que en el Doble Grado en ADE-FYCO, como el porcentaje de estudiantes que percibió mucha o bastante dificultad en la comprensión de los contenidos y en el desarrollo de las competencias de la asignatura, se redujo en un 12.7% a lo largo del semestre, siendo el descenso del 31.2% entre los que percibieron una dificultad media. En cambio, mientras que el porcentaje de los que percibieron, al principio del semestre, que el grado de dificultad en la realización de la asignatura sería escaso o nulo se situó en el 13.3%, a final del semestre se situó en el 56.7% (Ver Tabla 12).

Tabla 12. Percepción del alumnado acerca de la contribución de la metodología Flipped Classroom en la mejora del proceso de enseñanza-aprendizaje de la asignatura (Doble Grado en ADE-FYCO y Grado en ADE).

Valoración	Doble Grado en ADE-FYCO		Grado en ADE	
	Principio del curso	Final del curso	Principio del curso	Final del curso
Mucha dificultad	3.3%	-	4.8%	-
Bastante dificultad	16.7%	8.3%	9.5%	4.8%
Dificultad media	66.7%	35.5%	51.1%	51.1%
Poca dificultad	10.0%	41.7%	28.6%	23.8%
Ninguna dificultad	3.3%	15.0%	-	14.3%

Fuente: Elaboración propia, 2022.

11º.- Aspectos positivos de la metodología Aula Invertida.

Al final del cuestionario, se incluyeron dos preguntas abiertas de carácter opcional, una de ellas para conocer los aspectos positivos que habían percibido en la utilización de esta metodología. Los resultados obtenidos se muestran en la tabla 13, destacando entre los mencionados la contribución de la metodología Aula Invertida al aprendizaje y comprensión de los contenidos, así como a la dinamización de las clases (Ver Tablas 13 y 14).

Tabla 13. Aspectos positivos percibidos por el alumnado del Doble Grado en ADE-FYCO en la metodología Flipped Classroom.

Aspectos positivos
Enseñanza más divertida.
Clases menos pesadas que mejoran la comprensión.
Aprendizaje más ameno y didáctico.
Aprendizaje en grupo, más dinamismo y clases muy llevaderas.
Materiales didácticos aportan ayuda al estudio de la asignatura.
Mejora la comprensión de la práctica.
Lecciones teóricas se comprenden mejor.
Motivación para asistir a clase e interés por aprender conceptos nuevos relacionados con la asignatura.

Fuente: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, 2022.

Tabla 14. Aspectos positivos percibidos por el alumnado del Grado en ADE en la metodología Flipped Classroom.

Aspectos positivos
Mayor versatilidad para estudiar y comprender los contenidos.
Funciona bien.
Profesorado y manera de enseñanza.
Mejor comprensión de los contenidos (2 estudiantes).
Ayuda a la autodisciplina y responsabilidad.
Las técnicas de enseñanza, los profesores y el material ha sido espectacular.

Fuente: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, 2022.

12^º.- Aspectos negativos de la metodología Aula Invertida.

Con respecto a los aspectos valorados negativamente por los estudiantes, se destaca la falta de tiempo para visualizar los materiales didácticos con anterioridad a su desarrollo en las clases presenciales (Ver Tablas 15 y 16).

Tabla 15. Aspectos negativos percibidos por el alumnado del Doble Grado en ADE-FYCO en la metodología Flipped Classroom.

Aspectos negativos
Falta de tiempo para visualizar los materiales didácticos (3 estudiantes).
No se puede controlar a los estudiantes que visualizan los materiales didácticos.
Ninguno (3 estudiantes).

Fuente: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, 2022.

Tabla 16. Aspectos negativos percibidos por el alumnado del Grado en ADE en la metodología Flipped Classroom.

Aspectos negativos
Ninguno (5 estudiantes).

Fuente: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, 2022.

En resumen, la investigación pone de manifiesto la satisfacción del alumnado con la experiencia docente llevada a cabo en la asignatura, habiéndose percibido una mejora en el proceso de enseñanza-aprendizaje, así como un aumento en la calidad de la formación y de la concienciación medioambiental, entre otros beneficios. En conjunto, se ha implantado una dinámica de trabajo que los estudiantes han valorado positivamente, como reflejan los datos aportados por la encuesta realizadas a los estudiantes que han curso la asignatura Dirección de Marketing.

4. Conclusiones

En este estudio se ha evaluado una experiencia docente realizada en la Universidad de Cádiz, basada en el uso de la metodología Flipped Classroom o Aula Invertida. Como se evidencia en la investigación, este proyecto ha sido una excelente oportunidad para fomentar la interacción entre los estudiantes a través de las actividades en

grupo que se han realizado en las clases presenciales. Además, la resolución de los casos prácticos o problemas propuestos ha redundado en una mayor destreza del alumnado en el uso de herramientas digitales, así como en la búsqueda de fuentes bibliográficas.

A su vez, se ha logrado una mayor participación de los estudiantes en el desarrollo de las clases, gracias a los debates que se han fomentado, animándose a plantear sus dudas, reflexionando sobre los aspectos tratados, lo que ha incrementado su nivel de satisfacción, así como su motivación, al desempeñar un papel más activo en las clases.

Otro de los beneficios obtenidos con esta experiencia docente es que, al trasladar las explicaciones de los contenidos teóricos fuera del aula, se ha podido profundizar en el mundo de la empresa, analizando casos reales de máxima actualidad, lo que ha permitido mejorar la preparación del alumnado.

Sin embargo, los estudiantes han evidenciado algunos aspectos negativos en la aplicación de esta metodología docente. Entre ellos, destaca el mayor tiempo y esfuerzo que tenían que dedicarle a la asignatura, al tener que preparar las clases previamente, mediante la visualización de los contenidos explicativos en formato video. Esto ha llevado a que algunos estudiantes no llevaran preparadas las clases, lo que dificultaba la realización de las tareas planificadas por parte de esos estudiantes, afectando a la dinámica del grupo de trabajo del que formaba parte en la realización de cada una de las actividades.

Cada día se ha observado cómo muchos estudiantes no habían realizado el trabajo previo de estudio y comprensión de los contenidos. Otros, acostumbrados a ser meros oyentes en el aula, no han sabido adaptarse a esta nueva dinámica que les ha exigido un papel más activo en el desarrollo de la asignatura, dejando de asistir a las clases o no involucrándose en las mismas. De hecho, muchos estudiantes no participaron en los debates ni desarrollaron su capacidad crítica delante de sus compañeros.

Precisamente, el elevado número de estudiantes matriculados en la asignatura ha sido una limitación importante por cuanto ha impedido un seguimiento personalizado de cada uno de estos estudiantes, así como el desarrollo de las actividades en el aula de manera más ágil y dinámica.

Además, hay elementos que han dificultado la obtención de unos mejores resultados, como son el que algunos estudiantes algunos días acudían sin sus dispositivos móviles, necesarios para la captación de la información necesaria para la resolución de las actividades propuestas.

Para el profesorado, el uso de la metodología Flipped Classroom ha sido sumamente satisfactoria, por cuanto responde a las necesidades formativas de una materia como el marketing. Ello, a pesar de que su puesta en práctica ha requerido un mayor esfuerzo en la preparación y realización de los videos con los contenidos explicados, así como en el diseño de las clases con la planificación y elaboración de todas las actividades. Además, el profesorado ha tenido un mayor volumen de trabajo al aplicar esta metodología en grupos de estudiantes muy numerosos.

Por último, entre las limitaciones del estudio, se destaca el hecho de haber aplicado la metodología en todos los grupos de la asignatura, lo que ha impedido comparar resultados entre los que se hubiera o no aplicado en el mismo curso académico. Además, no se ha considerado oportuno comparar los resultados académicos obtenidos en este curso con los cursos precedentes, al haberse impartido la asignatura en un formato completamente virtual en esos cursos debido a la pandemia de la Covid-19.

Por ello, sería recomendable realizar la investigación en futuros cursos académicos para contrastar los resultados académicos en el tiempo y en distintos grupos.

Referencias

- Barreiro, M. (2018). Propuesta para la introducción del aula invertida en la docencia en economía. *Revista Educativa Hekademos*, 24, (XI), 52-59. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6542603>
- Das, A., Lam, T. K., Thomas, S., Richardson, J., Kam, B. H., Lau, K. H., & Nkhoma, M. Z. (2019). Flipped Classroom pedagogy: Using pre-class videos in an undergraduate business information systems management course. *Education & Training*, 61(6), 776-794. <https://doi.org/10.1108/ET-06-2018-0133>
- Espinel, E. (2021). Percepción de los estudiantes de educación superior sobre la metodología flipped classroom. *Revista Digital Conocimiento, Investigación y Educación*, 11(1), 1-17. <https://ojs.unipamplona.edu.co/ojsviceinves/index.php/cie/article/view/1050>
- Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (2022). Memoria del Título Verificado. Universidad de Cádiz. https://economicas.uca.es/inf_pca_grad/
- González, M., & Abad, E. (2019). El aula invertida: un desafío para la enseñanza universitaria. *Virtualidad, Educación y Ciencia*, 20(11), 75-91. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7869090>
- Hew, K. F., Bai, S., Dawson, P., & Lo, C. K. (2021). Meta-analyses of flipped classroom studies: A review of methodology. *Educational Research Review*, 33, 100393. <https://doi.org/10.1016/j.edurev.2021.100393>
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Dirección de Marketing*. Pearson.
- Olvera, W., Gámez, I. E., & Martínez-Castillo, J. (2014). Aula invertida o modelo invertido de aprendizaje: Origen, sustento e implicaciones. En I. Esquivel (Coord.), *Los Modelos Tecno-Educativos, revolucionando el aprendizaje del siglo XXI*, 143-160. <https://bit.ly/3zBFw9o>
- Låg, T., & Sæle, R. G. (2019). Does the flipped classroom improve student learning and satisfaction? A systematic review and meta-analysis. *AERA open*, 5(3). DOI: <https://doi.org/10.1177/2332858419870489>
- Prieto, A., Barbarroja, J., Álvarez, S., & Corell, A. (2021). Eficacia del modelo de aula invertida (flipped classroom) en la enseñanza universitaria: una síntesis de las mejores evidencias. *Revista de Educación*, 391, 149-177. DOI: 10.4438/1988-592X-RE-2021-391-476
- Quito, L., Loja, C., & Pallchisaca, S. (2021). El aula invertida como estrategia para la innovación educativa: propuesta de capacitación docente. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(5), 7882-7908. DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i5.881
- Sousa, S., Peset, M. J., & Muñoz-Sepúlveda, J. A. (2021). La enseñanza híbrida mediante flipped classroom en la educación superior. *Revista de Educación*, 391, 123-147. DOI: 10.4438/1988-592X-RE-2021-391-473
- Yin, H. (2020). Exploring the effectiveness of a Flipped Classroom with student teaching. *The e-Journal of Business Education & Scholarship of Teaching*, 14(1), 66-78. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1276429.pdf>