

## EL APRENDIZAJE BASADO EN RETOS COMO AGENTE GENERADOR DE IDEAS TRANSFORMADORAS EN EL MUNDO EMPRESARIAL

### AUTORAS

**Carmen Alba Ruiz-Morales, Laura Gómez Cuesta y Estela Navarro Zapata**  
Universidad Europea de Madrid (España)

El reto al que se está enfrentando nuestra sociedad debido al COVID -19 ha puesto en evidencia la importancia y necesidad de competencias como la creatividad, la comunicación y el compromiso ético. Este hecho no debe pasar desapercibido para la comunidad universitaria si verdaderamente, como docentes comprometidos con nuestra labor, queremos asumir la responsabilidad de preparar y formar a nuestros estudiantes para el mundo real.

Este artículo pretende describir el proyecto multidisciplinar llevado a cabo durante el curso 2019/2020 en la Universidad Europea y la idoneidad de metodologías como el aprendizaje basado en retos para ayudar a desarrollar, tanto al profesorado como a los estudiantes, las competencias anteriormente señaladas.

El proyecto consistió en la reformulación de la tradicional y conocida “Feria de marketing” y su transformación en un reto más complejo: una “Exposición de ideas transformadoras”, donde la creatividad se convirtió en una herramienta transversal, la comunicación oral, escrita y visual en una vía para el éxito y el compromiso ético en la base de cualquier propuesta empresarial.

La actividad se llevó a cabo en dos campus distintos al mismo tiempo, con la implicación de diferentes asignaturas en cada uno de ellos, lo que dificultó su diseño, pero resultó tremendamente enriquecedor por los aprendizajes que se pudieron extraer tras la comparación de ambas experiencias.

El profesorado que participó en el reto pertenecía a la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación e impartía asignaturas dentro de diferentes disciplinas. En el campus de Villaviciosa el proyecto se llevó a cabo dentro de dos grados distintos: el Grado en Marketing y el Grado en Gestión Empresarial basada en el Análisis de Datos, y en el campus de Alcobendas participaron el Grado en Marketing, el Grado en Dirección y Administración de Empresas, y la asignatura de Relaciones públicas y organización de eventos de marketing, perteneciente al segundo curso del Ciclo Formativo de Grado Superior en Marketing y Publicidad.

La asunción de roles profesionales y la valoración de las propuestas entre iguales logró extraer del alumnado un mayor compromiso con su propio aprendizaje, además de mostrarles de manera clara y práctica evidencias de la utilidad de los conocimientos adquiridos en el aula, hecho que repercutió de manera positiva en la adquisición de los resultados de aprendizaje y de las competencias curriculares contemplados en cada materia.

La medición de la satisfacción del alumnado evidenció su satisfacción tanto con lo aprendido como con la metodología utilizada, animándonos a seguir trabajando y a compartir la experiencia de aprendizaje que se describe en este artículo.

**Palabras clave:** Aprendizaje basado en retos – Creatividad – Comunicación comercial – Compromiso ético – Ciencias sociales