

Toniestrategia, el Instagram de la asignatura

BANCO DE BUENAS PRÁCTICAS DOCENTES

ANTONIO MONTERO NAVARRO



Universidad
Rey Juan Carlos



CENTRO DE INNOVACIÓN EN EDUCACIÓN DIGITAL
Universidad Rey Juan Carlos

I. La práctica

- **Título:** *Toniestrategia*, el Instagram de la asignatura
- **Curso Académico:** 2019/2020
- **Asignatura:** Strategic Management I y II (3º grado ADE inglés); Dirección Estratégica de la Empresa I (3º grado ADE)
- **Área/Titulación:** Grado en Administración y Dirección de Empresas (español e inglés)
- **Grupo de Estudiantes:** Strategic Management I y II (3º grado ADE inglés, GRUPO ÚNICO); Dirección Estratégica de la Empresa I (3º grado ADE, GRUPO A)
- **Palabras clave:** Redes sociales, Instagram, COVID-19

Como indican Kaplan y Haenlin (2010), los medios sociales de comunicación (social media) han demostrado su capacidad para romper las barreras geográficas y de comunicación entre las personas. Instagram es actualmente una de las redes sociales más populares entre los estudiantes. La cuenta *toniestrategia*, el Instagram de la asignatura, trata de explotar las posibilidades que esta herramienta ofrece (publicación de imágenes y vídeos, historias temporales, mensajería directa...) para apoyar las diferentes actividades docentes, utilizándose como un canal complementario a otras metodologías y alternativas. Por su propia naturaleza, podemos considerar que *toniestrategia* ha sido un canal especialmente útil para mantener un contacto ágil entre docente y estudiantes durante el tiempo del confinamiento estricto derivado de COVID-19.

2. Justificación

Instagram es muy popular entre las generaciones millennial y Z: más de dos terceras partes de los internautas españoles con edades entre 16 y 30 años son usuarios habituales de Instagram, mientras que ese porcentaje se reduce al 37% entre los internautas con edades comprendidas entre 46 y 65 años.

Dada su popularidad entre las generaciones a las que pertenece la mayor parte del alumnado, Instagram es una herramienta con un gran potencial para comunicarse con los estudiantes, proporcionando un canal adicional ágil que podría complementar las funcionalidades del correo electrónico o del aula virtual, así como incrementar el interés de los estudiantes por la asignatura.

3. Desarrollo

Objetivos

Utilizar el potencial de Instagram como canal de comunicación ágil, que permita cerrar posibles barreras entre las generaciones a las que pertenecen el docente y los estudiantes.

Explorar las posibilidades que ofrece esta red social para complementar el conjunto de herramientas digitales y tradicionales disponibles, aprovechando las distintas opciones que brinda (publicación de imágenes, stories, preguntas de tipo test, mensajes directos, retransmisión...)

Aumentar, a través de una red social con la que son familiares, el interés de los estudiantes por la asignatura de Dirección Estratégica de la Empresa.

4. Resultados

Metodología de análisis

Para la valoración de la utilidad de esta experiencia, se ha observado su seguimiento y utilización por parte de los estudiantes. En momentos posteriores se solicitará a los estudiantes una valoración más profunda de diferentes aspectos.

Resultados

Desde el anuncio de la cuenta, más de un 70% de los estudiantes de los diferentes grupos de la asignatura comenzaron a seguirla, aunque posteriormente el porcentaje aumentó hasta acercarse al 80%. Aunque algunos estudiantes se han dado de baja con el nuevo curso, dado que la utilidad para ellos es menor, la mayor parte de los usuarios continúan siguiendo a *toniestrategia* en el curso 2020/2021. En el momento de publicarse esta práctica, la cuenta tenía 375 seguidores, siendo la mayoría de ellos estudiantes de la Universidad Rey Juan Carlos, aunque también estudiantes y docentes de otras universidades o docentes de institutos, e incluso algunos profesionales de la Dirección de Empresas y de la comunicación corporativa.

Los estudiantes indican que les gustan las publicaciones de la cuenta. La más popular recibió 12 comentarios, y 78 personas indicaron que les gustaba, lo cual puede considerarse un porcentaje altamente satisfactorio teniendo en cuenta el número de seguidores. En algunos casos, mediante estos comentarios, se iniciaron debates en torno a Dirección Estratégica que continuaron en las aulas o a través de las clases virtuales.

Las Stories han sido altamente populares entre los seguidores de la cuenta. Todas ellas alcanzan holgadamente las 200 visualizaciones. La inmensa mayoría de los alumnos responden a las preguntas de tipo test publicadas a través de las citadas Stories, pudiendo obtener una primera impresión acerca de su preparación para los tests parciales.

Los alumnos han trasladado al docente impresiones únicamente positivas en relación con *toniestrategia*, proponiendo en algunos casos oportunidades de mejora derivadas de su mejor conocimiento de la herramienta. El docente ha aceptado e incorporado estas sugerencias y oportunidades de mejora.

Conclusiones

Esta herramienta ha tenido muy buena respuesta por parte de los estudiantes, ayudándoles a acercarse a la asignatura. Asimismo, podemos considerar que *toniestrategia* ha sido un canal especialmente útil para mantener un contacto ágil entre docente y estudiantes durante el tiempo del confinamiento estricto derivado de COVID-19.

5. Equipo docente



Antonio Montero-Navarro

Profesor Titular de Universidad en la Universidad Rey Juan Carlos en el Área de Organización de Empresas, dentro del Departamento de Economía de la Empresa (A, D y O), Economía Aplicada II y Fundamentos del Análisis Económico. Doctor en Dirección de Empresas en la Universidad Rey Juan Carlos. Su actividad académica está relacionada principalmente con la Dirección de Empresas. Es autor de diversas publicaciones, tanto divulgativas como científicas, a nivel nacional e internacional. Desarrolla su actividad de investigación en el estudio, entre otros aspectos, de la reputación corporativa y la cultura financiera. Muy implicado en actividades de innovación docente, participa con frecuencia en congresos y jornadas nacionales e internacionales. Ha desarrollado, junto con otros compañeros, diversas herramientas de gamificación.