



TECNOLOGIAS DE APRENDIZAJE Y CONOCIMIENTO, SU VINCULACION EN EL PROCESO ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DEL DOCENTE: CENTRO UNIVERSITARIO DE LA CIENEGA, SEDE L

ADOLFO ALANIZ SANCHEZ¹, MARIA ALICIA CERVANTES AVALOS¹, LUZ ELENA PEREZ MEZA¹ y IRMA ESTELA ARAMBULA MIRANDA¹

¹ Centro Universitario de la Ciénega, Universidad de Guadalajara. alanizadolfo@hotmail.com

El presente trabajo se desarrolló desde una perspectiva no crítica, sino todo lo contrario, se pretende primeramente corroborar si el docente aprovecha las nuevas tecnologías que prometen una verdadera transformación en la enseñanza y en un segundo término, proponerle al docente diversas tecnologías de aprendizaje que propician la adquisición de mejores conocimientos para los estudiantes en este nivel superior. La inquietud de abordar esta temática surge a partir de las reformas presentadas en los últimos años en el sistema educativo mexicano, quedando en manos del docente el cumplimiento o fracaso de conseguir estos cambios por medio de la correcta vinculación en el aula de estrategias, técnicas y herramientas tecnológicas. En la captación de datos se determinó una muestra poblacional de un universo de estudio de 30 docentes que integran la plantilla de la Licenciatura en Administración de la Sede la Barca correspondiente al calendario 2017 B, para el cálculo de la muestra se acepta un intervalo de confianza de un 90%, un error muestral del 7% y una probabilidad de éxito del 50% y de fracaso 50%. Así mismo se diseñó y aplicó un cuestionario que consta de 6 apartados: Datos de identificación, formación personal, disposición de recursos tecnológicos, conectividad a internet, manejo de herramientas y cursos sobre manejo de tecnologías. Posteriormente se realizó las etapas de tabulación y análisis mediante el software de SPSS, para finalmente llegar a conclusiones, entre las cuales podemos mencionar: para las necesidades de comunicación el docente lo hace a través de correo electrónico y redes sociales en las siguientes proporciones: un 50 % utiliza el correo electrónico, un 20% el Facebook y un 30% el whatsapp.