

# **Análisis y Propuesta de Adecuación Curricular: Del Aprendizaje Fragmentado al Diseño Integrado de Significado**

Hesus Garcia Cobos

Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla

147-139-PED605NE-702: Análisis del Currículum

Dra. Melissa Isaaly Mendoza Bernabe

29 de noviembre de 2025

# 1 Introducción

El currículum, siguiendo a Gimeno Sacristán (2010), es “el contenido cultural que las instituciones educativas tratan de difundir en quienes las frecuentan, así como los efectos que dicho contenido provoque en sus receptores.” Esta definición nos recuerda que el currículum no es un documento neutro ni estático: refleja decisiones sobre qué conocimiento se considera valioso y con qué fines se transmite.

El presente trabajo analiza el currículum del curso *MT1001B: Descubrimientos del mercado para el desarrollo de estrategias*, un módulo de 60 horas impartido en el segundo semestre de la Entrada de Negocios del Tecnológico de Monterrey. A través de este análisis, propongo una adecuación curricular fundamentada en tres marcos teóricos complementarios:

1. **Pedagogía de Multiliteracidades** (Cope and Kalantzis, 2009): Los estudiantes no son receptores pasivos de información, sino diseñadores activos de significado a través de múltiples modos de comunicación (lingüístico, visual, espacial, auditivo, gestual).
2. **Enfoque Socio-Crítico** (Apple, 1979): El currículum nunca es neutral; representa relaciones de poder e ideología. La pregunta central es: “¿para qué enseñamos esto y a quién sirve?”
3. **Conectivismo** (Siemens, 2005): En la era digital, el aprendizaje ocurre a través de redes y conexiones. Saber dónde encontrar información es tan importante como poseerla.

Mi perspectiva integra estos tres elementos para proponer un currículum operacional que trascienda lo oficial y se convierta en práctica transformadora. El análisis distingue claramente entre el *ser* (estado actual del curso) y el *deber ser* (propuesta de mejora), siguiendo los niveles de concreción curricular que identifican Marsh and Willis (2007).

# 2 Diagnóstico del Lugar e Institución

## 2.1 Contexto Institucional

El curso MT1001B forma parte del modelo Tec21 del Tecnológico de Monterrey, un diseño curricular basado en competencias y retos. Se imparte a estudiantes de segundo semestre que inician su exploración en el área de negocios. El bloque tiene una duración de 5 semanas con 60 horas de contacto, divididas en tres componentes (véase Anexo ?? para el detalle completo):

- Módulo 1: Diagnóstico y desarrollo de la estrategia (20 horas)
- Módulo 2: Análisis del mercado para generación de insights (20 horas)
- Reto del bloque (20 horas)

## 2.2 Perfil del Estudiante

Los estudiantes que ingresan a este bloque presentan las siguientes características (véase Anexo ?? para el detalle de competencias):

- **Nivel de dominio:** Trabajan subcompetencias a nivel A (situaciones controladas, acompañamiento docente) y B (mayor autonomía, complejidad creciente).
- **Actitudes:** Buscan aplicación práctica inmediata; desean que lo aprendido tenga uso real en el mercado laboral.
- **Saberes previos:** Poseen capacidades de análisis y síntesis, interpretan gráficos, usan plataformas digitales y tienen habilidades básicas de investigación.
- **Tensión pedagógica:** Aunque requieren enfoque práctico, necesitan profundidad teórica reflexiva que conecte teoría y práctica.

## 2.3 Diagnóstico Curricular: El “Ser”

Tras analizar la documentación curricular del curso (véanse Anexos ?? y ?? para la secuencia didáctica y objetos de aprendizaje oficiales), identifico las siguientes características del estado actual:

Table 1: Estado Actual del Currículum (El “Ser”)

Dimensión	Características Actuales
Estructura	Módulos independientes con secuencia lineal preestablecida
Contenido	Transmisión de conceptos teóricos mediante exposición docente
Actividades	Casos controlados, mini-casos simulados, ejercicios prediseñados
Evaluación	Exámenes conceptuales (Objeto 2), reportes individuales, rúbricas fijas
Tecnología	Herramientas como fin (Excel, PowerPoint) no como medio de creación
Rol del estudiante	Receptor de contenido, ejecutor de tareas predefinidas
Reflexión crítica	Mínima o ausente; énfasis en “hacer bien” no en “cuestionar”

Esta estructura refleja lo que Cope and Kalantzis (2012) denominan “aprendizaje antiguo”: conocimiento fragmentado, descontextualizado de las prácticas profesionales reales. Siguiendo a Apple (1979), me pregunto: ¿qué tipo de conocimiento se está legitimando con esta estructura tradicional? ¿A quiénes beneficia mantener la separación entre teoría académica y práctica del mercado?

## 2.4 Problema Curricular Identificado

El problema central es la **fragmentación entre teoría y práctica**, manifestada en:

1. Desconexión entre los contenidos conceptuales y los problemas reales del mercado
2. Ausencia de oportunidades para que los estudiantes diseñen significado multimodal
3. Falta de reflexión crítica sobre el poder e ideología en las decisiones de marketing
4. Evaluación centrada en reproducción de contenidos, no en creación de conocimiento

## 3 Objetivo del Proyecto

### 3.1 Objetivo General

Transformar el Módulo 1 del curso MT1001B de una estructura tradicional y fragmentada hacia un modelo integrado y auténtico donde los estudiantes se conviertan en diseñadores activos de significado, conecten múltiples fuentes de información, y reflexionen críticamente sobre las implicaciones ideológicas de sus análisis de mercado.

### 3.2 Objetivos Específicos

1. Rediseñar las actividades del módulo para integrar los principios de multiliteracidades.
2. Incorporar momentos de reflexión crítica basados en el enfoque socio-crítico de Apple.
3. Aplicar principios conectivistas para que los estudiantes construyan redes de conocimiento.
4. Proponer un sistema de evaluación que valore la creación de significado, no solo la reproducción.

## 4 Diseño de la Propuesta Curricular

### 4.1 Nivel de Concreción

Esta propuesta opera en el **nivel micro (áulico)** de concreción curricular. No modifica el plan de estudios institucional (nivel macro) ni el diseño programático del bloque (nivel meso), sino que propone adecuaciones dentro del aula que el docente puede implementar manteniendo los objetivos de aprendizaje oficiales.

## 4.2 Comparación: Ser vs Deber Ser

Table 2: Transformación Curricular: Del Ser al Deber Ser

Aspecto	Ser (Estado Actual)	Deber Ser (Propuesta)
Estructura	Módulos independientes	Secuencia integrada donde cada fase construye sobre la anterior
Epistemología	Conocimiento transmitido y fragmentado	Conocimiento multimodal, colaborativo, construido
Casos	Mini-casos ficticios controlados	Problemas auténticos con empresas reales o emprendimientos locales
Rol estudiante	Receptor pasivo	Diseñador activo de significado
Reflexión	Ausente	Integrada: “¿A quién sirve este análisis?”
Evaluación	Exámenes y reportes tradicionales	Portafolios multimodales, presentaciones, productos reales
Tecnología	Herramientas para entregar tareas	Medio para crear, conectar y comunicar

## 4.3 Integración de Marcos Teóricos en la Propuesta

Cada actividad del módulo rediseñado integra los tres marcos teóricos:

Table 3: Integración de Marcos Teóricos en Actividades

Actividad	Multiliteracidades	Socio-Crítico	Conectivismo
Diagnóstico de industria	Análisis visual de datos, infografías	“¿Qué datos priorizamos y cuáles invisibilizamos?”	Conexión con múltiples fuentes (INEGI, reportes, redes)
Mapeo de competidores	Diseño de mapas visuales interactivos	“¿A quién beneficia esta segmentación?”	Colaboración en plataformas digitales
Ánalisis FODA	Presentación multimodal (video, visual, escrito)	“¿Qué voces están ausentes en este análisis?”	Retroalimentación en red de pares
Reporte final	Portafolio digital integrado	Reflexión sobre poder e ideología	Publicación en comunidad de práctica

## 4.4 Secuencia Didáctica Propuesta

La secuencia se organiza en cuatro fases que corresponden a los procesos de conocimiento de Cope and Kalantzis (2015): Experimentar, Conceptualizar, Analizar y Aplicar.

Table 4: Secuencia Didáctica del Módulo 1 Rediseñado

Semana	Fase	Actividades Principales
1	<b>Experimentar</b>	Inmersión en reto auténtico. Investigación de industria usando múltiples fuentes. Creación de muro colaborativo digital.
2	<b>Conceptualizar</b>	Análisis de competencia. Construcción de mapas visuales. Discusión crítica: “¿Qué no nos dicen estos datos?”
3	<b>Analizar</b>	FODA contextualizado. Reflexión sobre sesgos. Identificación de oportunidades estratégicas.
4-5	<b>Aplicar</b>	Elaboración de portafolio multimodal. Presentación ante pares. Reflexión crítica final.

## 4.5 Impacto Esperado

La implementación de esta adecuación curricular tendría los siguientes impactos:

1. **En los estudiantes:** Mayor engagement al trabajar con problemas auténticos; desarrollo de competencias de pensamiento crítico; capacidad de crear y comunicar en múltiples modos.
2. **En el aprendizaje:** Conocimiento más profundo y transferible; conexiones significativas entre teoría y práctica; reflexión sobre las implicaciones éticas del marketing.
3. **En la práctica docente:** Rol facilitador más que transmisor; evaluación más rica y diversificada; oportunidad de innovación pedagógica dentro del marco institucional.

## 5 Reflexión Final

Este proceso de análisis y diseño curricular me ha permitido comprender de manera profunda los niveles de concreción curricular y su impacto en la práctica educativa cotidiana.

### 5.1 Sobre los Niveles de Concreción Curricular

Marsh and Willis (2007) distinguen entre el currículum macro (políticas nacionales), meso (diseño institucional) y micro (implementación en aula). Mi propuesta opera en el nivel micro, lo cual tiene implicaciones importantes:

- **Posibilidad:** Un docente puede implementar cambios significativos sin modificar el programa oficial.

- **Limitación:** Los cambios profundos requieren articulación con los niveles meso y macro.
- **Tensión:** El currículum operacional (lo que realmente sucede en el aula) puede diferir del oficial.

Reconozco que esta propuesta, al ser de nivel micro, enfrenta restricciones estructurales. Sin embargo, como señala Stenhouse (1975), el currículum es hipótesis a probar en la práctica, y el docente es el investigador de su propia práctica.

## 5.2 Sobre el Proceso de Análisis

Realizar este trabajo me permitió:

1. **Integrar teoría y práctica:** Aplicar los marcos de Cope, Kalantzis, Apple y Siemens no como contenido a memorizar, sino como lentes para analizar y transformar una realidad curricular concreta.
2. **Cuestionar lo naturalizado:** Gracias al enfoque socio-crítico, pude preguntarme por qué el currículum actual tiene la forma que tiene y a quiénes beneficia o perjudica.
3. **Valorar la complejidad:** El diseño curricular no es un proceso técnico neutral; involucra decisiones epistemológicas, políticas y éticas.

## 5.3 Implicaciones para mi Desarrollo Profesional

Como futuro profesional de la educación, este análisis me deja aprendizajes fundamentales:

- El currículum es un espacio de disputa y posibilidad, no un documento fijo.
- La reflexión crítica constante es esencial para no reproducir desigualdades.
- Los estudiantes merecen ser tratados como diseñadores de significado, no como receptáculos vacíos.
- La tecnología debe ser medio de creación, no fin en sí misma.

Finalmente, me pregunto: ¿qué pasaría si más docentes se permitieran cuestionar el currículum que implementan? Quizás, como sugiere Apple (1979), podríamos construir una educación que no solo transmita cultura, sino que empodere a los estudiantes para transformarla.

## References

- Apple, M. W. (1979). *Ideology and Curriculum*. Routledge & Kegan Paul, London. 4ta edición publicada en 2019.
- Cope, B. and Kalantzis, M. (2009). “multiliteracies”: New literacies, new learning. *Pedagogies: An International Journal*, 4(3):164–195. Open access: <https://newlearningonline.com/files/2009/03/M-litsPaper13Apr08.pdf>.
- Cope, B. and Kalantzis, M. (2012). *New Learning: Elements of a Science of Education*. Cambridge University Press, 2 edition.
- Cope, B. and Kalantzis, M. (2015). The things you do to know: An introduction to the pedagogy of multiliteracies. In *A Pedagogy of Multiliteracies: Learning by Design*, pages 1–36. Palgrave Macmillan.
- Gimeno Sacristán, J. (2010). ¿qué significa el currículum? *Sinéctica*, (34):11–43.
- Marsh, C. J. and Willis, G. (2007). *Curriculum: Alternative Approaches, Ongoing Issues*. Pearson, 4 edition.
- Siemens, G. (2005). Connectivism: A learning theory for the digital age. *International Journal of Instructional Technology and Distance Learning*, 2(1):3–10. Open access: [https://jotamac.typepad.com/jotamacs\\_weblog/files/connectivism.pdf](https://jotamac.typepad.com/jotamacs_weblog/files/connectivism.pdf).
- Stenhouse, L. (1975). *An Introduction to Curriculum Research and Development*. Heinemann Educational Books, London.

## Anexos

Los siguientes anexos presentan la documentación oficial del curso MT1001B del Tecnológico de Monterrey, que constituye el estado actual (“ser”) del currículum analizado en este trabajo.

## A Estructura y Organización del Curso

### Datos Generales del Bloque

Table 5: Ficha Técnica del Bloque MT1001B

Campo	Descripción
Clave	MT1001B
Nombre	Descubrimientos del mercado para el desarrollo de estrategias
Ubicación curricular	Semestre 2, Entrada de Negocios
Duración total	5 semanas
Horas de contacto	60 horas
Modelo educativo	Tec21 (basado en competencias y retos)

### Distribución de Componentes

El bloque se organiza en tres componentes de igual duración:

Table 6: Componentes del Bloque MT1001B

Componente	Nombre	Horas
Módulo 1	Diagnóstico y desarrollo de la estrategia	20
Módulo 2	Análisis del mercado para la generación de insights	20
Reto	Reto del bloque	20
<b>Total</b>		<b>60</b>

## Cronograma del Módulo 1

Table 7: Distribución de Sesiones del Módulo 1

<b>Semana</b>	<b>Sesión</b>	<b>Contenido Principal</b>	<b>Horas</b>
1	1	Bienvenida. Orientación al consumidor. Presentación del caso.	2
1	2	Identificación de necesidades. Análisis de situación.	2
1	3	Diferenciación y propuesta de valor. Objetivos de mercadotecnia.	2
1	4	Estrategias del mercado meta. Segmentación.	2
2	5	Propuestas de solución. Objeto de aprendizaje 1 (mini caso).	2
3	6	Objeto de aprendizaje 2: Evaluación conceptual.	2
3	7	Estructura del plan de mercadotecnia. Mezcla de mercadotecnia.	3
3	8	Productos y servicios. Empaque y etiqueta.	2
4	9	Plaza, distribución multicanal y omnicanal. Retailing.	2
4	10	Lógica de servicio. Taller de design thinking.	3
<b>Total Módulo 1</b>			<b>20</b>

## B Competencias y Subcompetencias

El bloque MT1001B desarrolla tres competencias principales del Área de Negocios, cada una con subcompetencias específicas trabajadas a niveles de dominio A y B.

### Competencia 1: Inteligencia de Negocios (SNEG0400)

*Definición:* Analizar de forma crítica información cuantitativa y cualitativa para la toma de decisiones, utilizando razonamiento matemático, técnicas de programación, métodos estadísticos y herramientas tecnológicas de vanguardia.

Table 8: Subcompetencia SNEG0405: Representación y Visualización

Nivel	Descripción del Dominio
A	El alumno aplica técnicas de representación para elaborar reportes gráficos digitales que faciliten la toma de decisiones, utilizando herramientas computacionales y técnicas visuales.
B	El alumno realiza presentaciones visuales efectivas, elabora reportes dinámicos y gráficos digitales para la toma de decisiones con casos de negocio simulados.

### Competencia 2: Mercados y Oportunidades de Negocio (SNEG0700)

*Definición:* Crear oportunidades de negocio a través de la identificación y satisfacción de las necesidades del mercado.

Table 9: Subcompetencias del Módulo 1 y 2

Código	Nombre	Nivel A
SNEG0703	Plan de Mercadotecnia	Diseñar un plan de mercadotecnia básico que incluya análisis de situación, FODA, objetivos y estrategias.
SNEG0701	Inteligencia de Mercados	Identificar necesidades del mercado mediante obtención y análisis de información primaria y secundaria.

### Competencia 3: Emprendimiento Innovador (SEG0200)

*Definición:* Generar soluciones innovadoras y versátiles en entornos cambiantes que crean valor e impactan positivamente a la sociedad.

Table 10: Subcompetencia SEG0201: Innovación

Nivel	Descripción del Dominio
A	Generar soluciones innovadoras ante problemáticas del entorno a través de un proceso cíclico que incorpora la validación y el aprendizaje. El alumno actúa proactivamente mostrando empatía con las necesidades del usuario.

## C Secuencia Didáctica Oficial

El Módulo 1 sigue un modelo pedagógico de 6 fases con retroalimentación continua, basado en el aprendizaje experiencial.

### Modelo Pedagógico del Módulo

Table 11: Fases del Modelo Didáctico (Modelo 5E Adaptado)

Fase	Nombre	Descripción
1	Empatiza	El profesor presenta el caso de estudio. El estudiante identifica la información y establece la situación.
2	Explica	El experto explica contenidos conceptuales y sienta bases para contenidos procedimentales y actitudinales.
3	Explora	Los estudiantes profundizan en el análisis aplicando herramientas vistas en clase.
4	Elabora	Los estudiantes elaboran reportes de hallazgos: ejecutivos, gráficos, dinámicos y digitales.
5	Innova	Sesión plenaria para generación de propuestas innovadoras mediante design thinking.
6	Evalúa	Evaluación de aprendizajes con retroalimentación continua.

### Contenidos por Tipo

- **Conceptuales:** Orientación al consumidor, identificación de necesidades, diferenciación, propuesta de valor, estructura del plan de mercadotecnia, mezcla de mercadotecnia (4 P's).
- **Procedimentales:** Elaboración de reportes ejecutivos, gráficos dinámicos y digitales; identificación de oportunidades a partir de problemas detectados.
- **Actitudinales:** Actitud proactiva ante la generación de soluciones para la problemática presentada.

## D Objetos de Aprendizaje y Evaluación

El Módulo 1 incluye cinco objetos de aprendizaje formales que estructuran la evaluación del estudiante.

Table 12: Objetos de Aprendizaje del Módulo 1

<b>OA</b>	<b>Nombre</b>	<b>Pts</b>	<b>Descripción</b>
1	Diagnóstico básico de mercadotecnia	5	Análisis de mini caso: identificar industria, competencia, propuesta de valor y síntomas de la empresa.
2	Evaluación conceptual	5	Examen sobre: Overview of Marketing, Strategic Planning, Segmenting and Targeting Markets.
3	Ejes rectores de mercadotecnia	2	Matriz de 4 cuadrantes con las 4 P's aplicadas a un mini caso.
4	Guía del plan de mercadotecnia	2	Investigación secundaria sobre estructura del plan de mercadotecnia.
5	Taller de design thinking	6	Desarrollo de pensamiento creativo e innovador mediante metodología design thinking.
<b>Total Módulo 1</b>		<b>20</b>	

## Perfil de Ingreso del Estudiante

Los estudiantes que ingresan al bloque MT1001B presentan las siguientes características:

- **Ubicación curricular:** Semestre 2 de la Entrada de Negocios.
- **Trayectoria:** Etapa temprana de exploración en negocios.
- **Nivel de dominio:** Listos para trabajar subcompetencias a Nivel A (situaciones controladas, con acompañamiento docente) y Nivel B (mayor autonomía, complejidad creciente).
- **Autonomía:** Requieren guía para integrar conocimientos básicos que permitan formular un plan básico de mercadotecnia.

## Bibliografía Oficial del Curso

El curso utiliza como referencia principal:

Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2019). *MKTG12* (12th ed.). Cengage Learning.

Capítulos específicos evaluados:

- An Overview of Marketing
- Strategic Planning for Competitive Advantage
- Segmenting and Targeting Markets
- Product Concepts