

BANCO DE INNOVACIÓN EN LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

TÍTULO

UIMP 2.0

INFORMACIÓN INICIAL:

PROBLEMA:

La Universidad continúa usando metodologías tradicionales en la enseñanza, que se encuentran alejadas, en muchas ocasiones, de la sociedad de la información.

SOLUCIÓN GLOBAL:

Uso de las Redes Sociales en la metodología docente.

COSTE APROXIMADO:

No se indica. La mayoría se realiza con recursos propios (coste 0) con la excepción del desarrollo encargado a la empresa Conceptual KLT, que puede considerarse despreciable.

TERRITORIO:

Sedes de la UIMP (Santander, Cuenca, Barcelona, Galicia, Granada, Línea de la Concepción, Pirineos, Sevilla, Tenerife, Valencia).

PÚBLICO DESTINATARIO:

Alumnos de la UIMP (El piloto se ha realizado en 5 seminarios).

ENTIDAD QUE LA HA LLEVADO A CABO:

Universidad Internacional Menéndez Pelayo.

DESCRIPCIÓN DE LA POLÍTICA O PROGRAMA:

UIMP 2.0 tiene como objetivo compartir conocimientos y beneficiarse de las aportaciones de los usuarios en un tema concreto. Permite alargar la formación de los distintos cursos que se imparten una vez finalizados estos.

El proyecto supone la aplicación a la enseñanza universitaria del concepto Web 2.0 basado en redes sociales, pasando del modelo tradicional en el que el profesor es el centro de atención a uno nuevo en el que es un facilitador en la construcción del conocimiento.

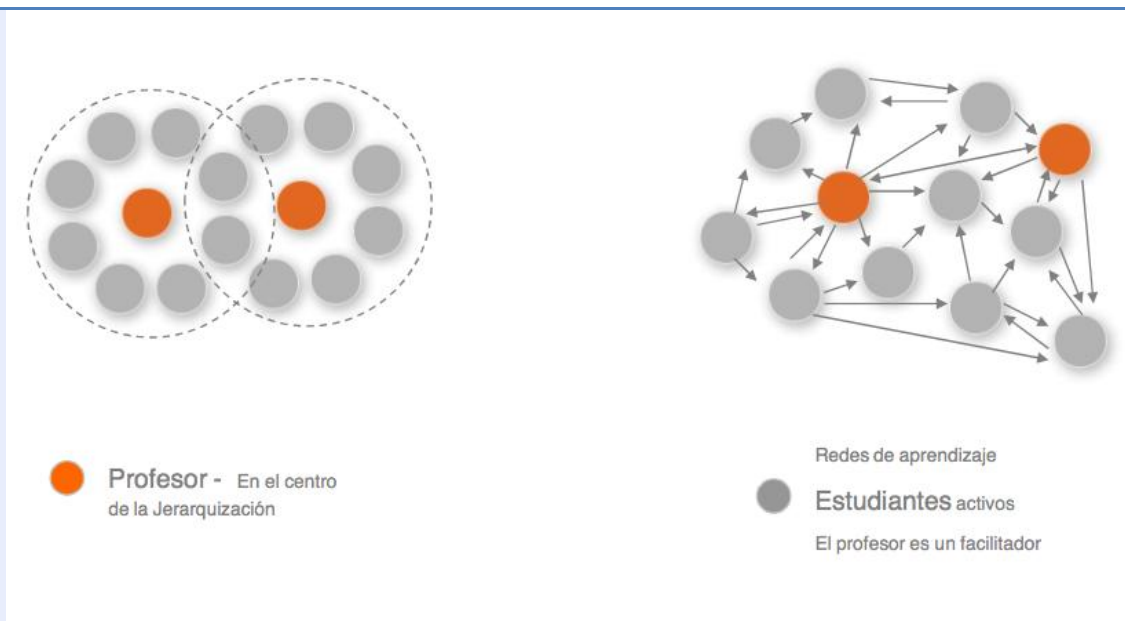


Ilustración 1: Cambio en el modelo de enseñanza. Fuente UIMP

Para conseguir este objetivo se combinan:

- Clases presenciales.
- Creación de una red social de conocimientos basada en una plataforma web colaborativa.

Los usuarios tienen un espacio en el que pueden:

- Subir fotografías y videos.
- Crear debates y foros de discusión.
- Exponer sus ideas en su blog.
- Convocar eventos.
- Compartir presentaciones.
- Conversar con otros miembros.
- Enlazar contenidos con otras redes como Facebook o LinkedIn.

El ciclo de vida de la red se divide en 3 etapas para cada curso

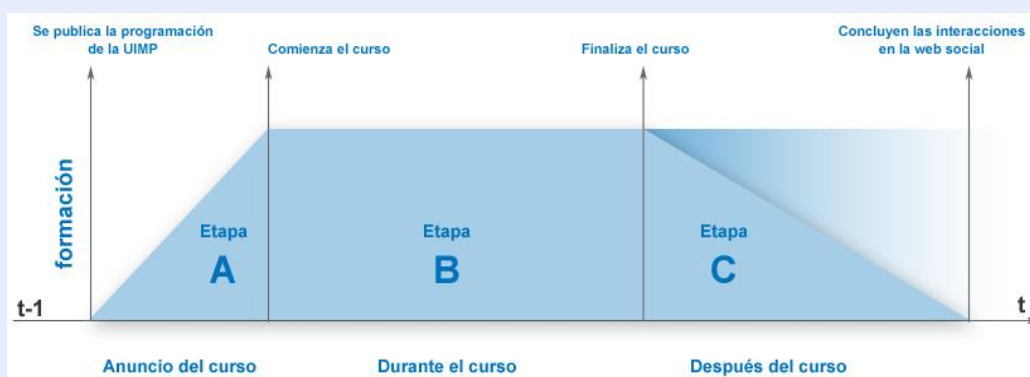


Ilustración 2: Ciclo de vida de los cursos de la UIMP 2.0. Fuente UIMP

Etapas A: Previo al desarrollo del curso

- Creación de la Red Social de cada curso en UIMP 2.0.
- Alta de los alumnos e inicio de consultas y comentarios.
- Centro documental: Se incluyen las presentaciones y videos de años anteriores, enlaces relacionados y otra documentación.

Etapas B: Durante el curso

- Incorporación de la documentación aportada por los ponentes durante el curso.
- Los ponentes pueden participar activamente incluso habiendo finalizado sus presentaciones.
- El intercambio de información retroalimenta la motivación de los alumnos del curso, lo que redundará en una mayor generación de conocimiento.

Etapas C: Posterior al desarrollo del curso

- Continúa el intercambio de información al mantenerse los blogs y la red social.
- Se generan nuevos eventos virtuales.

DESARROLLO DEL PROYECTO

La idea del proyecto surge a finales del año 2007, principios de 2008. En ese momento se encarga el desarrollo de la red social a la empresa Conceptual KLT, que se basa en la plataforma de creación de redes sociales de código abierto NING.

El desarrollo por tanto es sencillo y la plataforma está plenamente operativa en un plazo inferior a 6 meses.

En general, la mayoría de las actuaciones, incluyendo aquellas relativas a la promoción de la plataforma se han hecho de manera interna con recursos propios de la Universidad.

La iniciativa ha obtenido el premio 'Mejor Proyecto de Entidad Pública o Privada destinado a Ciudadanos 2008' otorgado por FUNDETEC (Fundación para el Desarrollo Infotecnológico de Empresas y Sociedad. Esta fundación tiene una constitución mixta, con presencia del sector público, a través de la Entidad Pública Empresarial Red.es, adscrita al Ministerio de Industria, Turismo y Comercio a través de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (SETSI), y del sector privado, concretamente de las empresas El Corte Inglés, HP, Intel, Telefónica y Caja Madrid.)

OBSTÁCULOS SUPERADOS :

No se han producido incidencias destacables en el proyecto. Así, la problemática más importante no ha

estado derivada de posibles dificultades técnicas para la implementación de la plataforma sino del cambio cultural que en ponentes y alumnos implica el nuevo método de enseñanza.

Se espera que durante los cursos impartidos en este año y debido a la gran proliferación que otras redes sociales generalistas (Facebook, LinkedIn, Tuenti...) están teniendo en los últimos meses, la transición sea más suave.

IMPACTO:

- Uso de las redes sociales en 5 cursos piloto.
- 1.100 usuarios registrados.
- 20.000 visitantes mensuales.
- 100.000 páginas servidas al mes.
- Creados 100 foros de discusión y debate.
- Creados 40 grupos de trabajo.
- Publicados 150 artículos.

Expectativas:

- Durante el año 2009 se pretende ampliar la red social al 25% de los cursos impartidos por la universidad Menéndez Pelayo (25, 30 cursos) y llegar a 2.000 usuarios registrados.
- Implantación en todos los cursos en un plazo de 4 años.

CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN Y REFERENCIA TEMPORAL:

Desde 2008 hasta la actualidad

DOCUMENTACIÓN DE CONSULTA Y APOYO:

<http://www.slideshare.net/pablodecastro/uimp-2cero-09-04-08>