



UNIVERSIDAD
**SAN IGNACIO
DE LOYOLA**

ESCUELA DE POSTGRADO

**Maestría en Educación con mención en Docencia en Educación
Superior**

**ESTRATEGIA METODOLÓGICA PARA
DESARROLLAR LA MOTIVACIÓN POR EL
APRENDIZAJE EN LOS ESTUDIANTES DE LA
CARRERA DE COMUNICACIONES DE UNA
UNIVERSIDAD PRIVADA DE LIMA**

**Tesis para optar el grado de Maestro en Educación con Mención
en Docencia en Educación Superior**

ALEJANDRO JAVIER FERNANDEZ DE LA CRUZ

Asesor:

Dra. Miriam Encarnación Velázquez Tejeda

0000-0002-6245-6690

**Lima – Perú
2021**

Dedicatoria

A Dios, por darme la fortaleza y la salud de seguir en pie para lograr mis metas personales y profesionales. A mis padres, hermanos y mis sobrinas por estar siempre a mi lado. A mi esposa Silvia quien con mucho amor y respeto me acompaña en todo momento. A la memoria de mis abuelitas Maximiliana y Alicia, mis abuelos Alejandro y Javier y, en especial a mí Tío Francisco Don Papo, quienes me miran y me cuidan desde el cielo. Por último, a todos los estudiantes con quienes he compartido un aula logrando que la Docencia hoy sea parte de mi vida.

Agradecimiento

Agradecimiento y admiración a mi Asesora de Tesis, Dra. Miriam Encarnación Velázquez Tejeda, quien, con su paciencia, exigencia y sobre todo mucha sabiduría, supo enseñarme y guiarme durante mi proceso de formación, aprendizaje e investigación académica en la Maestría de Educación. En su nombre he fundado el Centro de Asesoría e Investigación Académica Superior.

Índice

Resumen	VII
Abstract	VIII
Introducción	1
Problema de la investigación	3
Preguntas científicas	3
Objetivo general	4
Justificación teórica, metodológica y práctica	6
Metodología de la investigación	7
Métodos de investigación	10
Técnicas e instrumentos para el trabajo de campo	12
Capítulo I	17
Marco teórico	17
Antecedentes de las investigaciones	17
Fundamentos epistemológicos sobre la motivación como proceso psicológico	21
Fundamentos de la estrategia metodológica en la enseñanza- aprendizaje	45
Capítulo II	52
Diagnóstico de campo	52
Análisis, interpretación y discusión de los resultados	52
Capítulo III	70
Modelación, validación y aplicación de la propuesta	70
Validación de la propuesta por criterios de expertos	104
Conclusiones	108
Recomendaciones	110
Referencias	111
Anexos	133

Indice de Anexos

Anexo 1: Matriz de categorización de variables	133
Anexo 2. Matriz de consistencia metodológica	134
Anexo 3: Instrumentos de recolección de datos	138
Anexo 4. Validación de los instrumentos de investigación	141
Anexo 5. Análisis estadísticos	144
Anexo 6. Codificación de observación de clase	149
Anexo 7. Tablas y gráficos de encuesta a estudiantes	152
Anexo 8. Tablas de la prueba pedagógica	153
Anexo 9. Tabla de generación de categorías emergentes, Triangulación de datos	154
Anexo 10. Ficha de validación interna	156
Anexo 11. Ficha de validación externa	156
Anexo 12. Validación de la propuesta metodológica por criterio de expertos	157

Indice de Tablas

Tabla 1. Categorías y subcategorías apriorísticas	5
Tabla 2. Nivel de conocimiento en el curso de Responsabilidad Social Corporativa	62
Tabla 3. Dosificación de la unidad didáctica número I	76
Tabla 4. Propuesta de los talleres de capacitación	99
Tabla 5. Selección de especialistas	105
Tabla 6. Escala de valoración	106
Tabla 7. Resultados evaluativos calificados por los expertos	106
Tabla 8. Resultado final de la estrategia metodológica	107

Indice de Figuras

Figura 1. Categorías emergentes presentes en el proceso de diagnóstico.	62
Figura 2. Categorías emergentes incidentes en el problema	63
Figura 3. Diseño gráfico funcional de la propuesta	77
Figura 4. Procedimientos metodológicos	85
Figura 5. Presentación TIC Padlet para dinámica conformación de grupos	92
Figura 6. Vídeo cumbre de desarrollo sostenible de la ONU	92
Figura 7. Objetivos de desarrollo sostenible	93
Figura 8. Formato de investigación mapeo de actores	94
Figura 9. La ética empresarial, fundamental en los Negocios	96
Figura 10. Preguntas de reflexión colectiva	96
Figura 11. Pupiletras sobre características de la ética en las empresas	97
Figura 12. Infografía sobre las características de las estrategias metodológicas	100
Figura 13. Comunidad docente de responsabilidad social corporativa en Microsoft Teams	102

Resumen

La investigación tiene por objetivo diseñar una estrategia metodológica para desarrollar la motivación por el aprendizaje en los estudiantes del séptimo ciclo de la asignatura de Responsabilidad Social Corporativa de la carrera de Comunicaciones de una universidad privada de Lima. La metodología empleada se enmarca en el paradigma sociocrítico interpretativo, el enfoque es cualitativo y se concreta en una investigación educacional de tipo aplicada. Dentro del proceso de desarrollo investigativo se aplicaron métodos cuantitativos y cualitativos generando un análisis integral y sistemático del problema científico. La muestra fue elegida mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, conformado por tres docentes de la especialidad de Responsabilidad Social Corporativa y cuarenta estudiantes de séptimo ciclo. Durante el proceso de diagnóstico de campo se utilizaron distintas técnicas e instrumentos como: entrevista semiestructurada y guía de observación de clases aplicada a los docentes; prueba pedagógica y encuesta aplicada a los estudiantes. El resultado general permitió descubrir las categorías emergentes generales y las que inciden en el problema objeto de estudio que fueron contrastadas con las categorías apriorísticas. La conclusión esencial se concreta en la modelación de una estrategia metodológica que orienta el desempeño del docente en función de contribuir al desarrollo de la motivación de los estudiantes por el aprendizaje de la asignatura de Responsabilidad Social Corporativa de la carrera de Comunicaciones de una universidad privada de Lima.

Palabras claves: Estrategia metodológica, motivación por el aprendizaje, enfoque cognitivo, enfoque social, aprendizaje social

Abstract

The objective of the research is to design a methodological strategy to develop motivation for learning in students of the seventh cycle of the Corporate Social Responsibility subject of the Communications career at a private university in Lima. The methodology used is framed in the interpretive socio-critical paradigm, the approach is qualitative and is specified in an applied educational research. Within the research development process, quantitative and qualitative methods were applied generating a comprehensive and systematic analysis of the scientific problem. The sample was chosen through a non-probabilistic convenience sampling, made up of three teachers from the specialty of Corporate Social Responsibility and forty seventh-cycle students. During the field diagnosis process, different techniques and instruments were used, such as: semi-structured interview and class observation guide applied to teachers; pedagogical test and survey applied to students. The general result allowed us to discover the general emerging categories and those that affect the problem under study, which were contrasted with the a priori categories. The essential conclusion is specified in the modeling of a methodological strategy that guides the performance of the teacher in order to contribute to the development of the motivation of students for learning the subject of Corporate Social Responsibility of the Communications career of a private university of lime

Keywords: Methodological strategy, motivation for learning, cognitive approach, social approach, social learning.