



Vivat Academia  
ISSN: 1575-2844  
Forum XXI

Acosta Véliz, Marjorie; Jiménez-Cercado, Marjorie  
IMPORTANCIA DE LA OFERTA ACADÉMICA DE LAS PRINCIPALES PLATAFORMAS  
MOOC (MASSIVE OPEN ONLINE COURSE) PARA LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
Vivat Academia, núm. 145, 2019, Enero-Marzo, pp. 97-111  
Forum XXI

DOI: <https://doi.org/10.15178/va.2018.145.97-111>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=525762352006>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UAEH 

Sistema de Información Científica Redalyc  
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal  
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso  
abierto

## INVESTIGACIÓN

Recibido: 07/09/2018 --- Aceptado: 23/10/2018 --- Publicado: 15/12/2018

### IMPORTANCIA DE LA OFERTA ACADÉMICA DE LAS PRINCIPALES PLATAFORMAS MOOC (MASSIVE OPEN ONLINE COURSE) PARA LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

*Analysis academic offering of the main mooc platforms (massive open online course) and its importance in the 21st century*

**Marjorie Acosta Véliz**<sup>1</sup> Universidad de Guayaquil. Ecuador.

[marjorie.acostav@ug.edu.ec](mailto:marjorie.acostav@ug.edu.ec) <http://orcid.org/0000-0002-9462-1881>

**Marjorie Jiménez Cercado**<sup>2</sup> Universidad de Guayaquil. Ecuador.

[jimenezcme@ug.edu.ec](mailto:jimenezcme@ug.edu.ec) <http://orcid.org/0000-0003-1404-6731>

#### RESUMEN

Este estudio analiza la oferta académica de los tan popular cursos masivos abiertos online desde el punto de vista de su aporte a la ciencias y en especial a las ciencias administrativas, iniciando con una mirada a la situación actual de los cursos masivos en línea a nivel global y luego analizando su composición académica, considerada como referente de estos cursos por su importancia, diversidad, calidad y contenidos para todos los usuarios que puedan acceder a este medio para su proceso educativo y de desarrollo personal. El análisis se fundamenta en la pertinencia holística de las relaciones de las instituciones educativas que forman parte de este portal y sus factores de relación y fortalecimiento dentro de la red de estudios, lo cual consolida la red de temáticas que cada institución ofrece. Para la presentación de los resultados metodología inductiva y deductiva con enfoque cuantitativo a través de encuestas a los estudiantes definidos en el grupo de control, logrando resultados que comprueban que esta innovación disruptiva de la educación superior aporte al fortalecimiento de los estudiantes de las carreras relacionadas con las ciencias administrativas y ellos están dispuestos a hacer de esta práctica parte de su programa de estudios.

#### PALABRAS CLAVE

Certificación; E-Learning; Educación Superior; Enseñanza-Aprendizaje; MOOC; Nuevas Tecnologías; Oferta Académica

<sup>1</sup> Magíster en Administración y Dirección de Empresas, Ingeniera Comercial Especialidad en Finanzas, Especialista en Evaluación de Proyectos y Gestión Directiva, Docente de la Facultad de Ciencias Administrativas en la Universidad de Guayaquil, Ecuador. [marjorie.acostav@ug.edu.ec](mailto:marjorie.acostav@ug.edu.ec)

## **ABSTRACT**

This study analyzes the academic offer of the so popular mass courses open online from the point of view of its contribution to the sciences and especially to the administrative sciences, starting with a look at the current situation of mass online courses at a global level And then analyzing their academic composition, considered as a reference of these courses for their importance, diversity, quality and content for all users who can access this medium for their educational process and personal development. The analysis is based on the holistic relevance of the relations of the educational institutions that are part of this portal and its factors of relationship and strengthening within the study network, which consolidates the network of themes that each institution offers. For the presentation of the results inductive and deductive methodology with quantitative approach through surveys to the students defined in the control group, achieving results that prove that this disruptive innovation of higher education contributes to the strengthening of students of careers related to The administrative sciences and they are willing to make this practice part of their curriculum.

## **KEY WORDS**

Certification; E-Learning; Higher Education; Teaching-Learning; MOOC; New Technologies; Academic Offer

## **A IMPORTÂNCIA DA OFERTA ACADÊMICA DAS PRINCIPAIS PLATAFORMAS MOOC (MASSIVE OPEN ONLINE COURSE) PARA AS CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS**

## **RESUME**

Este estudo analisa a oferta acadêmica dos tão populares cursos massivos abertos online desde o ponto de vista de seu aporte à ciências e em especial às ciências administrativas, iniciando com uma visão à situação atual dos cursos massivos à nível global e logo analisando sua composição acadêmica, considerada como referente de estes cursos por sua importância, diversidade, qualidade e conteúdo para todos os usuários que possam aceder a este meio para seu processo educativo e de desenvolvimento pessoal. A análise se fundamenta na pertinência holística das relações das instituições educativas que formam parte deste portal e seus fatores de relação e fortalecimento dentro da rede de estudos, o qual consolida a rede de temáticas que cada instituição oferece. Para a apresentação dos resultados metodologia indutiva e dedutiva com enfoque quantitativo através de encostas aos estudantes definidos no grupo de controle, logrando resultados que comprovam que esta inovação disruptiva da educação superior aporte ao fortalecimento dos estudantes das disciplinas relacionadas com as ciências administrativas e eles estão dispostos a fazer de esta prática parte de seu programa de estudos.

## **PALAVRAS CHAVE**

Certificação; E-learning; Educação Superior; Ensino-aprendizagem; MOOC; Novas tecnologias; Oferta acadêmica.

## Cómo citar el artículo

Acosta Véliz, M; & Jiménez Cercado, M. (2018). Importancia de la oferta académica de las principales plataformas MOOC (massive open online course) para las ciencias administrativas [Analysis academic offering of the main MOOC platforms (massive open online course) and its importance in the 21st century] Vivat Academia. Revista de Comunicación, 145, 97-111. doi: <http://doi.org/10.15178/va.2018.145.97-111> Recuperado de <http://www.vivatacademia.net/index.php/vivat/article/view/1097>

## 1. INTRODUCCIÓN

La sociedad del siglo XXI sigue viviendo una constante transformación y adaptación en la forma como desarrollan sus actividades sociales, económicas, profesionales y familiares. La Educación ha tenido un giro de 360 grados ya que ahora cualquier persona se puede preparar sin asistir a un aula escolar. Los nuevos ambientes educativos han transformado los procesos educativos, mostrando la pertinencia de realizar un análisis que permita visualizar el alcance de estas nuevas formas de educación.

En base a estos aspectos, donde la creación del conocimiento se basa en el establecimiento de conexiones, está claro que cuanto mayor sea el número de nodos, más posibilidades de aprendizaje hay en un curso determinado. Por lo tanto, el cambio desde las plataformas educativas cerradas a entornos de aprendizaje abiertos ha supuesto la posibilidad de que miles de personas de todo el mundo sigan diferentes iniciativas educativas tal y como indican Medina y Aguaded (2013).

La educación virtual a través de cursos online como se la conoce ahora nació en el año 2008 cuando Stephen Downes y George Siemens participaban de la conferencia Desire21Learn, y cansados de discutir las aplicaciones del conectivismo, pensaron que el mejor modo para comprender como funciona el aprendizaje en línea era crear un curso de este tipo e inmediatamente diseñaron, por tanto, su primer curso en línea CCK08 «Connectivism and Connective Knowledge». Para ese entonces se inscribieron 2.300 estudiantes y Dave Cormier y Bryan Alexander sugirieron de nominarlo un «massive open online course» o MOOC. (Bartolomé & Steffens, 2015). “La propuesta del conectivismo de Siemens se basa en que el conocimiento es algo que no reside en la mente de una persona, sino que se distribuye a través de redes” (TEC, 2014, pág. 7)

Las plataformas MOOC como otros productos elearning denominados como software educativo 3.0. y que incluye, por ejemplo los denominados juegos serios (serious games) procedentes del Digital Gamebased Learning, responden a la necesidad de emplear metodologías innovadoras para la consecución de una formación de impacto en el ámbito de los procesos de enseñanza aprendizaje en entornos virtuales de aprendizaje, según Prensky (2010) principalmente en cuanto al grado de participación activa proporcionado al sujeto del aprendizaje

De acuerdo al análisis realizado por Vásquez (2013) están basados en la adquisición de contenidos y se fundamentan en un modelo de evaluación muy parecido a las clases tradicionales (con unas pruebas más estandarizadas, autoevaluadas y concretas). Normalmente son llevados a cabo por profesores de

universidades de reconocido prestigio; lo que genera su mayor atractivo. El gran problema de este tipo de MOOCs es el tratamiento del alumno de forma masiva (sin ningún tipo de individualización) y el formato metodológico ya superado del ensayo-error en las pruebas de evaluación.

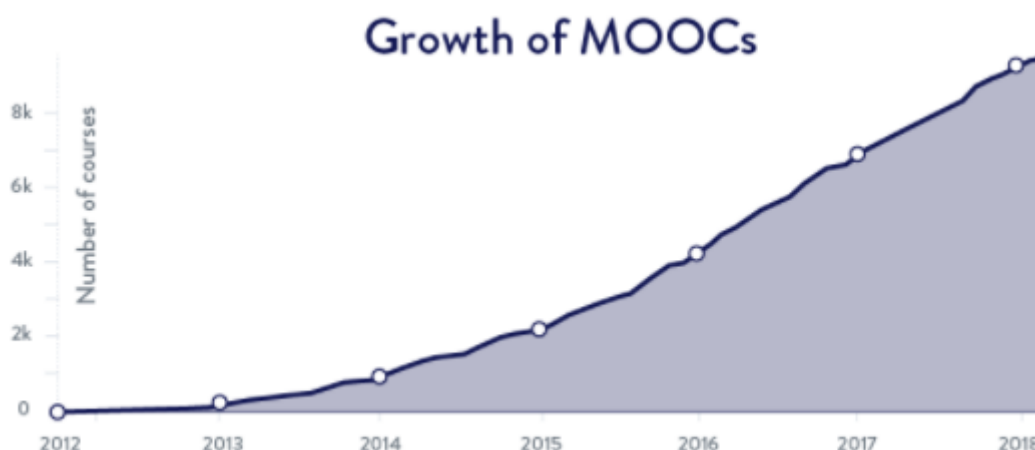
Según Shah (2016) los datos estadísticos mundiales muestra que en el año 2016 alrededor de 58 millones de estudiantes se escribieron en estos cursos, participan más de 700 universidades y se dictaron 6850 cursos, esta distribución de millones de estudiantes se desglosa en la siguiente Tabla 1 con el top de las 5 mayores plataformas en el mundo:

**Tabla 1**  
**Proveedores y estudiantes registrados**

PROVEEDOR	MILLONES ESTUDIANTES	DE
1. Coursera	30 millones	
2. edX	14 millones	
3. XuetangX	9.3 millones	
4. FutureLearn	7.1 millones	
5. Udacity	5 millones	

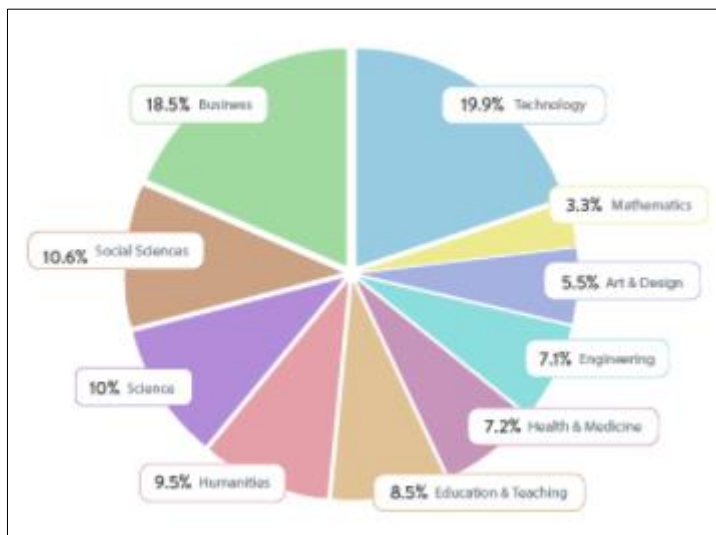
**Fuente:** Shah (2018)

Las estadísticas siguen en crecimiento a nivel mundial y muestran los siguientes resultados en relación a los crecimientos desde el año 2012 con apenas 20 cursos a iniciar el año 2017 con 6850 cursos disponibles en las distintas plataformas a nivel mundial, tal y como lo describe el Gráfico 1.



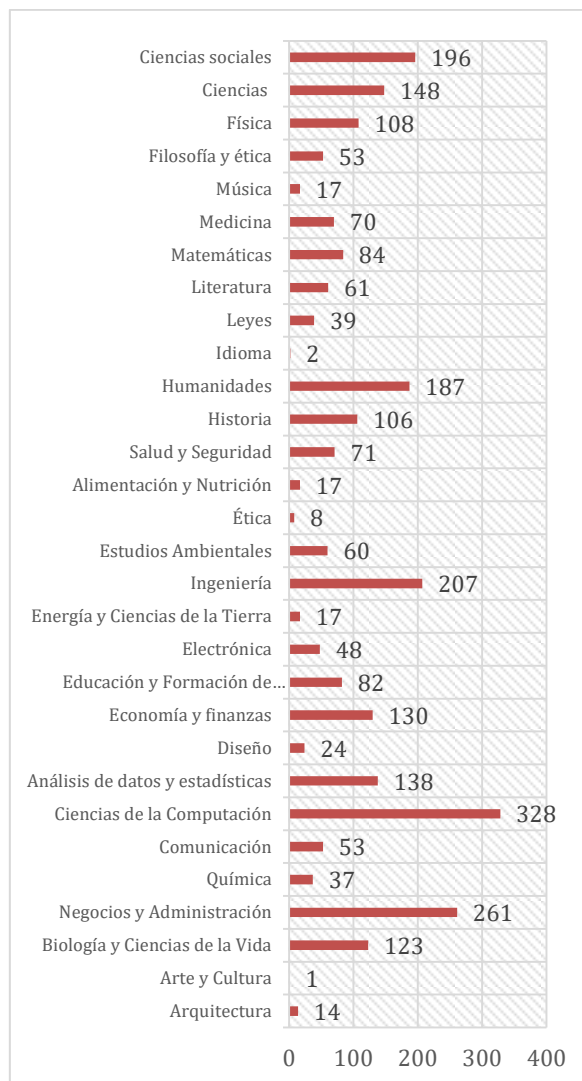
**Gráfico 1: Crecimiento de MOOCs. Fuente:** Shah (2018)

Otro factor de relevancia es conocer los tipos de materias de la oferta académica de los MOOCs, principalmente se ofrecen de los siguientes ámbitos: administración y negocios 19.3%, tecnológico con un 17.4%, entre ciencias y ciencias sociales un 20% y el porcentaje restante en otras esferas del conocimiento como lenguas, educación, arte, entre otras como se puede apreciar en el Gráfico 2.



**Gráfico 2: Distribución por Asignaturas de MOOCs Fuente: Shah (2018)**

El primer resultado obtenido de la investigación usando la estadística descriptiva es la visualización de la totalidad de la oferta de temáticas de EDX, tomada el día 7 de abril del año 2017, para de esta forma ver la variedad de tópicos de una plataforma y énfasis a las ciencias de los negocios y la administración, el resultado fue el que muestra en el Gráfico 3.



**Gráfico 3: Cursos por asignatura. Fuente: EDX (2017)**

Esta gráfica muestra la cantidad importante de cursos impartidos por la plataforma destacando los temas digitales, de ingeniería, ciencias sociales y sobre todo de negocios y administración.

La plataforma que se toma de ejemplo es “la líder en el año 2017 por encima de Coursera y Udacity” (MoocLab, 2017) en cursos en línea diseñados para un gran número de participantes, que pueden ser cursados por cualquier persona en cualquier lugar, siempre y cuando tengan una conexión a Internet.

Adicional a los materiales de un curso tradicional, como son los vídeos, lecturas y cuestionarios, los MOOC proporcionan foros de usuarios interactivos que ayudan a construir una comunidad de aprendizaje en la cual se construye conocimiento a través de compartir dudas, experiencias, reflexiones, con los compañeros, interactuar con los profesores, etc. Los cursos MOOC se diferencian de los cursos E-learning principalmente porque estos no son masivos, la Tabla 2 ayuda a visualizar las diferencias en sus principales aspectos.

**Tabla 2**  
**Diferencias de Cursos E-learning y MOOC**

CURSOS E-LEARNING	MOOC
Cerrado	Abierto
Número Limitado de alumnos	Masivos
Asesoría directa	Apoyo entre todos a través de foros
Pagados	Gratuito
Certificaciones	Certificaciones en caso de que se pague por ella

**Fuente:** Elaboración propia

Es importante conceptualizar los el significado de las siglas que conforman la palabra MOOC:

MASSIVE:

Un MOOC difiere de un curso online abierto por el número de participantes. Los MOOCs deben proporcionar un modelo sostenible para las masas, y ser diseñado para una audiencia masiva, esto es un punto extremadamente importante, ya que tiene implicaciones considerablemente diferentes a un curso virtual común.

OPEN

Los MOOC's se posicionan en el espacio de la educación abierta. Aunque el término "abierto" puede tener muchas dimensiones e interpretaciones, la característica esencial de la educación abierta es que elimina las barreras de la educación y los MOOC's lo logran.

ONLINE

Los MOOC's son impartidos en modalidad 100% virtual. En este punto no se tienen discusión, deben impartirse por este medio si se quiere alcanzar esa característica de masividad y sin barreras. ¿Qué debes tener en cuenta?

COURSE

MOOC no se parece a los cursos que posiblemente se conoce. En este tipo de cursos lo más importante es que se desarrolla la habilidad y se adquiere conocimientos para el desarrollo personal y profesional, por lo tanto la persona establece sus propios objetivos y ritmo.





**Gráfico 4: Plataformas MOOC a nivel mundial. Fuente:** Learning (2017)

Cada MOOC es único y la experiencia que se adquiere, dependerá del tema y del instructor. El Gráfico 4 muestra las principales plataformas a nivel mundial, en las cuales cada participante decide la mejor forma de participar en un MOOC para alcanzar sus metas.

En su mayoría los MOOCs siguen la siguiente estructura contextual:

- Videos cortos
- Artículos y/o lecturas recomendados
- Participación en foros
- Participación de actividades de aprendizaje, lecciones cortas, preguntas por unidades

Los MOOC tienen como fundamento el modelo pedagógico sociocognitivo, donde los estudiantes construyen significados por sí mismos, como lo ponen de manifiesto la presencia de las variables que caracterizan este modelo teórico.

A pesar de ello como indican Poy y Gonzales (2014) se ha observado cómo las plataformas MOOC tienen elementos del diseño pedagógico asentado en los modelos conductistas, como lo demuestran el hecho de aquellas plataformas que contienen información para ser transmitida mediante el entrenamiento en las tareas a través de ejercicios, en donde el paso al siguiente nivel de dificultad viene determinado de antemano

Los principales beneficios de los MOOC se generan principalmente por los siguientes aspectos: Su carácter masivo para difundir el conocimiento, la posibilidad de acceder a educación para personas que por sus escasos recursos no han podido hacerlo, la agregación de herramientas sociales y contenido moderno y útil, aprovechamiento de tecnología, las personas aprovechan nutrir su hoja de vida con nuevos conocimientos.

En cuanto a la universidad como institución, se ha escrito y debatido mucho sobre los posibles beneficios de un MOOC. Sobre todo las que fueron pioneras pueden haber ganado en popularidad, más allá de su comunidad universitaria, y cuando los MOOCs tienen calidad, está claro que ello supone un atractivo escaparate y una fórmula para mejorar la marca y reputación de una universidad y atraer estudiantes. Learning (2017) indica que también habría que objetivar y ver hasta qué punto los estudiantes de un MOOC se convierten luego en estudiantes o siguen la actividad académica convencional de esa universidad, en qué términos hablan a otros de su experiencia de aprendizaje en el MOOC, si la recomiendan.

En términos de volumen de mercado, la empresa de investigación de mercado, Markets and Markets, publicó recientemente su reporte "Massive Open Online Course Market by Platform (CMOOC, XMOOC), Course (Humanities, Computer Science & Programming, Business Management, Education & Training), Service (Consulting, Implementation, Training & Support) & by Region - Global Forecast to 2020", en el que prevé que el mercado MOOC podría alcanzar los 8.500 millones de dólares en 2020 de acuerdo a Learning (2017).

Con todos estos atributos, las plataformas ha tenido un éxito total pero no todos quienes participan culminan con una certificación que valide su participación, en esto inciden diversos factores, en un estudio realizado a los usuarios de la plataforma MOOC realizado en 2013 por la Universidad de Stanford, apunta interesantes conclusiones sobre las diferencias de perfiles de estudiante que tienen más probabilidades de concluir con éxito este tipo de curso, y que en rasgos generales se corresponden con estudiantes de mayor nivel educativo, norteamericanos o de países con elevados niveles de desarrollo económico e industrial, incluso apuntando “que los diseñadores deberían evitar el recurso excesivo a los vídeos explicativos produce una mayor dificultad para el seguimiento de los estudiantes sobre todo si son extranjeros o con bajo nivel” (Kizilcec & Piech, 2013).

## **2. OBJETIVOS**

El objetivo base del estudio es conocer la connotación e importancia que ha tenido esta revolución educativa en estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil y la contribución a sus estudios como fortaleza para ampliar y adquirir nuevos conocimientos.

## **3. METODOLOGÍA**

Para la realización de este trabajo se hicieron encuestas en la ciudad de Guayaquil para conocer la apreciación y participación ciudadana en este tipo de cursos, usando una metodología inductiva y deductiva, “es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares” (Bernal, 2006, pág. 56). También se utilizará un enfoque cuantitativo, se hará un análisis estadístico de los datos de la encuesta realizada en la ciudad de Guayaquil. Se realizó además la investigación documental correspondiente y la revisión datos históricos. Las encuestas se realizaron en la ciudad de Guayaquil, en la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil, en la Carrera de Ingeniería Comercial.

La muestra consta de 120 estudiantes pertenecientes al segundo y quinto semestre de la Facultad a los cuales se les mostró estos tipos de cursos en algunas de las páginas disponibles y de acuerdo a sus preferencias opcionalmente tuvieron la oportunidad de tomarlos y en algunos casos concluirlos con mucho éxito.

## **4. DISCUSIÓN**

La primera interrogante que se planteó fue en relación a la participación ¿Participaría de cursos gratuitos online? Se obtuvo que un 75% si estaría dispuesto pero el 25% restante informó que si es gratis no iban a ser de buena calidad.



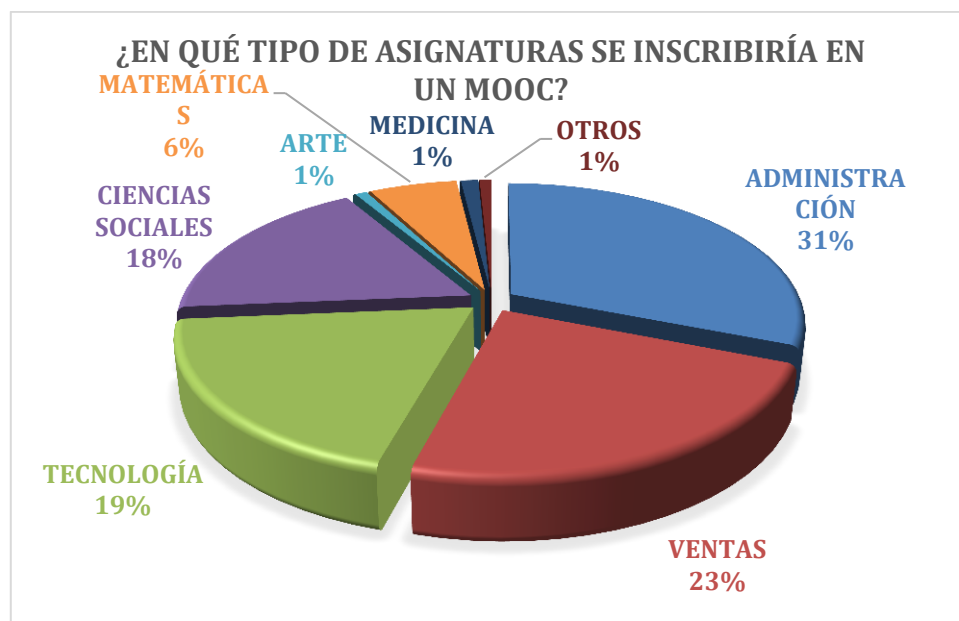
**Gráfico 5:** Resultados Pregunta 1. **Fuente:** Elaboración propia

La segunda pregunta de esta encuesta se les consultó a los participantes ¿Cuánto tiempo dedicaría semanalmente a este tipo de cursos?, siendo los resultados muy positivos con respecto a dedicarle entre 1 a 5 horas semanales, dividida en 2 rangos y solo un 7% de los entrevistados estaría dispuesto a dedicarle un número mayor de horas, como se muestra a continuación:



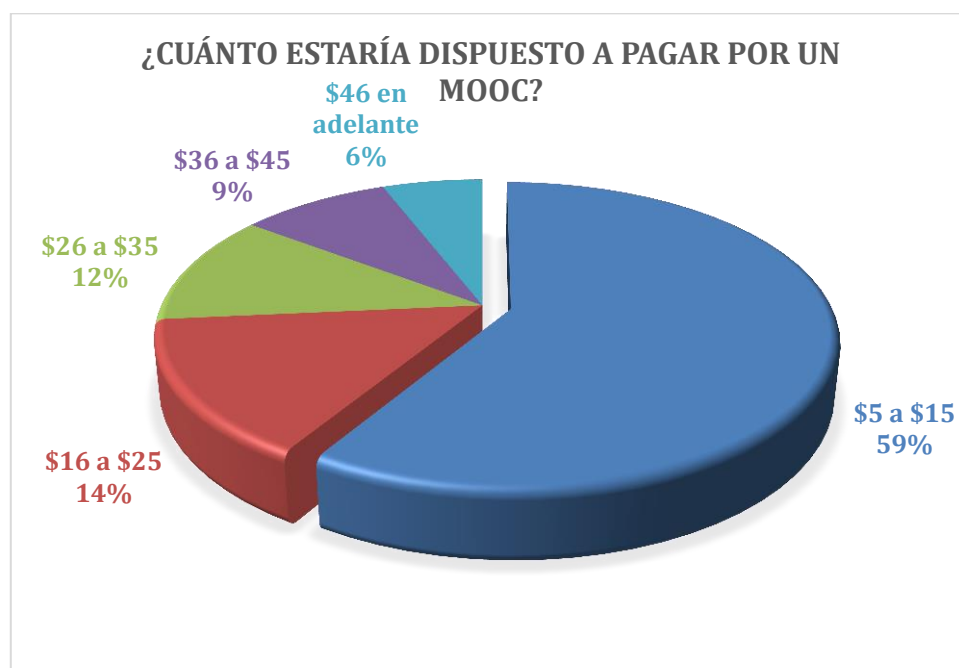
**Gráfico 6:** Resultados Pregunta 2. **Fuente:** Elaboración propia

La tercera interrogante se relacionó con el tipo de materia que cursaría en un MOOC, a lo cual un alto porcentaje respondió en temas de tecnología, administración y ventas. El resto de materias un porcentaje menor pero que muestra una demanda por temas no tradicionales.



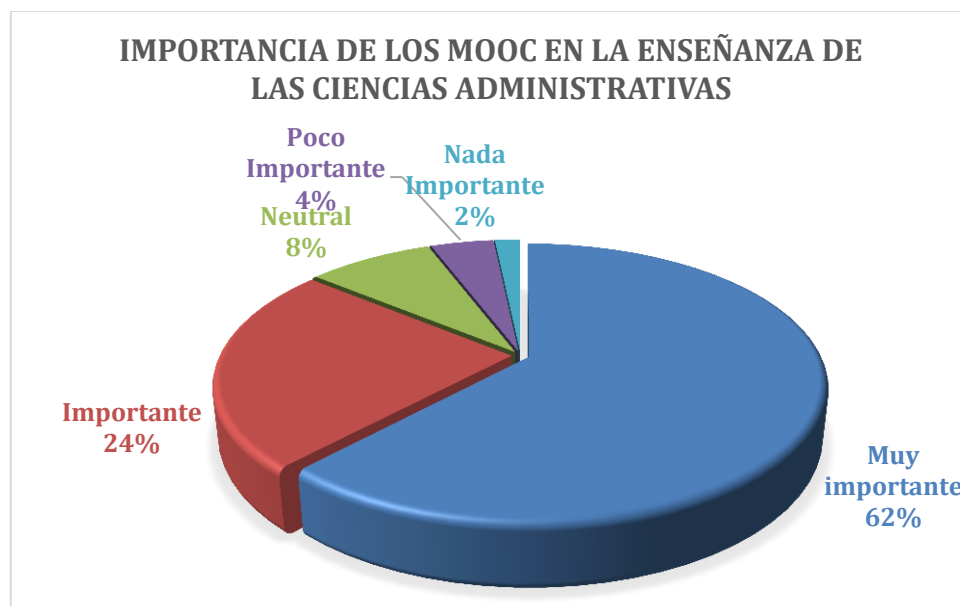
**Gráfico 7:** Resultados Pregunta 3. **Fuente:** Elaboración propia

Se consultó a los usuarios cuánto estarían dispuestos a pagar por un MOOC en el caso de requerir la respectiva certificación, a los que los entrevistados contestaron en su mayoría que estarían dispuestos a pagar entre \$5 y \$15, y sólo un 6% estaría dispuesto a pagar un valor superior a los \$46.00. Los rangos se establecieron en base a los costos de los cursos en plataformas a nivel mundial, algunos representan costos superior a los \$200, principalmente por el renombre de la universidad y al programa al que pertenecen, el valor promedio es de \$50,00.



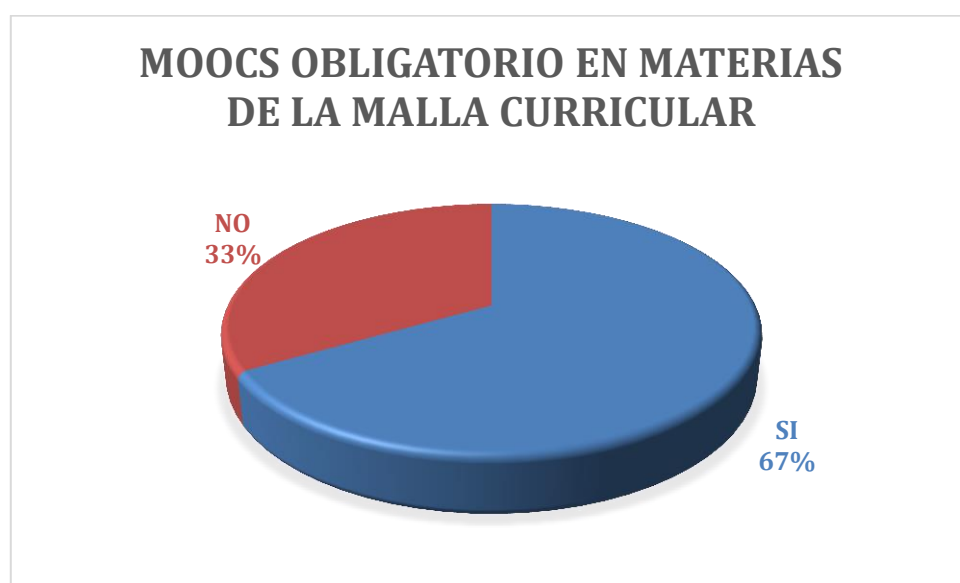
**Gráfico 8:** Resultados Pregunta 4. **Fuente:** Elaboración propia

La siguiente pregunta se relacionó con la importancia de tomar un MOOC como fortalecimiento a temas de las ciencias administrativas y que lo clasificara por escalas, a los que los encuestados contestaron:



**Gráfico 9.** Resultados Pregunta 5. **Fuente:** Elaboración propia

Una última pregunta fue derivada de los resultados anteriores y se les consultó si les gustaría que fuera parte de la didáctica de las materias la inscripción a un MOOC y preparar ensayos o trabajos relacionados con el tema seleccionado. Los resultados fueron que un 67% de los entrevistados si las tomaría y reportaría sobre su participación y acreditación y un 33% dijo que no era necesario, debido a que ya tomaba clases presenciales.



**Gráfico 10** Resultados Pregunta 6. **Fuente:** Elaboración propia

Básicamente el grupo analizado responde al objetivo del trabajo de forma positiva, en los aspectos de importancia el 86% de los encuestas indica que la participación en un MOOC como apoyo a su carrera es Muy importante e Importante, en el caso de los estudiantes, todos llegaron a la conclusión que se puede tomar un curso relacionado con un tema de interés específico para ampliar conceptos generales, como por ejemplo Planificación Estratégica o Simuladores de Negocios.

Lo interesante de la investigación fue la visión que brindó acerca del conocimiento de esta innovación en educación ya que muchos estudiantes no la conocían y si puede brindar el contexto necesario para que los alumnos aprovechen al máximo las fuentes de aprendizaje disponibles, fuentes de creación colectiva, de publicaciones y conexión con personas de otras culturas y que comparten intereses en común y como las nuevas tendencias establecidas en la actualidad Chiappe, Hine, y Martínez (2015) definen a los MOOC como un concepto disruptivo desde una perspectiva pedagógica.

## 5. CONCLUSIONES

Si bien en la actualidad, existen muchas MOOCs en el mercado y dependiendo del proveedor tienen características particulares y propias, las principales plataformas como EDX, Coursera o Miríada, tiene mucha versatilidad y su gratuidad las convierten en las primeras en el mercado, sus exponentes se consolidan como los más importantes del ámbito educativo. Se ha comprobado su importancia en las ciencias administrativas incluso por el alto porcentaje de su composición a nivel mundial, el panorama analizado muestra la congruencia de la ciencia y la lógica de las conexiones con las cuales funciona la sociedad y en el entorno educativo actual es mucho más notorio y contundente pues la educación está inmersa en la innovación y la tecnología.

Los entornos educativos están evolucionando, el aula invertida, Educación 2.0, Educación 3.0, E-learning, entre otras son conceptos que generan mayor participación de parte del alumno y esto desemboca en una predisposición mayor del alumno a controlar sus tiempos y ritmos de aprendizaje. Las universidades e instituciones de educación superior quieren integrarse y consolidarse en este espacio educativo.

El estudio se constituyó en un prisma complementario en la generalización de conceptos de interconexiones, efectos, cohesiones y de hecho la fortaleza de los vínculos que las instituciones educativas enlazan con sus pares con el objetivo de brindar en este tipo de modalidad, una oferta académica de calidad y que supera las expectativas propuestas al plantear los contenidos inclusivos, equitativos y pertinentes. La epistemología se ve enriquecida con los análisis que puedan ser generados de estos datos, las instituciones de esta plataforma, cada vez aportan más a los campos del saber y promueven la integración de material académico de temáticas o tópicos no tradicionales, en los cuales los usuarios pueden enriquecer su currículo, denotando su cooperación a la cultura y formación profesional.

El vínculo con las ciencias de la administración denotan la trascendencia del diferencial semántico abordado en el aspecto educativo, las universidades ofertan cursos medidos en distintos aspectos y valorados de igual forma, permitiendo al

estudiante escoger el que se adhiere a sus objetivos y en base a esta necesidad y a lo que ofrezca la universidad se intenta que los estudiantes tomen la mayor cantidad de cursos en una misma institución captando todo el mercado disponible como lo comprueban los niveles ofertados que abarcan todos los ámbitos del saber posibles.

En definitiva, una de las condiciones a las que se debe prestar mayor atención, en cuanto al diseño pedagógico de las plataformas MOOC, principalmente en las ciencias administrativas como eje de esta investigación es la estrategia de implicación activa del sujeto, siendo esto una de las tareas prioritarias en la actualidad para estos entornos Web Norving (2017) aclara que con ello este tipo de ofrecimiento académico irá creciendo aún más y mejorando su servicios.

## 6. REFERENCIAS

- Bartolomé, A., & Steffens, K. (2015). ¿Son los MOOC una alternativa de aprendizaje? *Comunicar*, 91-99. doi:<http://dx.doi.org/10.3916/C44-2015-10>
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Naucalpan, Edo. de México: Publicaciones Pearson Educación.
- Chiappe, A., Hine, N., & Martínez, J. (2015). Literatura y práctica: una revisión crítica acerca de los MOOC. *Revista Comunicar*, 9-18. doi: <http://dx.doi.org/10.3916/C44-2015-01>
- EDX. (1 de Julio de 2017). Recuperado de EDX <https://www.edx.org/schools-partners>
- Kizilcec, R. F., & Piech, C. S. (2013). Deconstructing Disengagement: Analyzing Learner Subpopulations in Massive Open Online Courses. *Stanford University Paper Series*, 10. Obtenido de Stanford University Paper Series.
- Learning, A. (7 de Abril de 2017). *American Learning & Media*. Recuperado de <http://www.americlearningmedia.com/component/content/article/539-entrevistas/7368-modelo-aprendizaje-moocs-promueve-competencias-transversales-esenciales->
- Medina, R., & Aguaded, J. (2013). La ayuda pedagógica en los MOOC, un nuevo enfoque de acción tutorial. *@TIC*, 30-39.
- MoocLab. (7 de Abril de 2017). *Mooclab*. Recuperado de <https://www.mooclab.club/>
- Poy, R., & Gonzales, A. (2014). Factores de éxito de los MOOC: algunas consideraciones críticas. *RISTI*.
- Prensky, M. (2010). *Teaching Digital Natives*. California: Corwin Press.
- Shah, D. (18 de Enero de 2018). *By The Numbers: MOOCS in 2017*. Recuperado de <https://www.class-central.com/report/mooc-stats-2017/>
- TEC. (2014). *EDU TRENDS*. Monterrey: Observatorio de Innovación. Recuperado de <https://observatorio.itesm.mx/edutrendsmooc>

Vásquez, E. (2013). El videoartículo: nuevo formato de divulgación en revistas científicas y su integración en MOOCs. *Dossier*, 83-91.

## **AUTORAS**

### **Marjorie Marcela Acosta Véliz**

Ecuatoriana, Provincia del Guayas, ciudad Guayaquil, Magíster en Administración y Dirección de Empresas, Diplomado en Gestión Directiva, Ingeniera Comercial con especialización en Finanzas, Especialista en Evaluación de Proyectos y Costos, Microsoft Office Specialist en Excel, Programa de Administración Financiera, Ponente y asistente en varios congresos internacionales con temas relacionados a la administración, marketing y educación superior, más de 17 años de experiencia en el Sector Siderúrgico Docente Universitaria en la Facultad de Ciencias Administrativas en el Universidad de Guayaquil, carrera de Ingeniería Comercial en materias de Administración y Marketing. Tutora y Revisora de Tesis de Pregrado.

<http://orcid.org/0000-0002-9462-1881>

### **María Eugenia Jiménez Cercado**

Ecuatoriana, Provincia del Guayas, ciudad Guayaquil, Magíster en Administración de Empresas Mención en Recursos Humanos y Marketing, Ingeniera Comercial con Especialidad en Marketing, Ponente y asistente en varios congresos internacionales con temas relacionados a la administración y el marketing. Docente de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil con más de 11 años de experiencia en la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial. Certificación del idioma inglés FCE B2. Tutora y Revisora de Tesis de Pregrado y Posgrado.

<http://orcid.org/0000-0003-1404-6731>