

MARTXAN DAUDEN ENPRESAK BISITATZEARI DAGOKION ESPERIENTZIA: AZTERKETA HEZKUNTZAREN IKUSPEGITIK ETA MARKETINAREN IKUSPEGITIK

Tesiaren egilea: Goizalde Hernando Saratxaga

Unibertsitatea: Euskal Herriko Unibertsitatea (UPV/EHU)

Saila: Finantza Ekonomia II Saila

Tesi-zuzendaria: José Juan Beristain Oñederra

Tesiaren laburpena:

Martxan dauden enpresen bisitarekin ikasleak ezagutzak eskuratu eta gaitasunak garatu ditzake, «*eginez edo ikusiz ikasiz*», ikasgelatik kanpo, ezohiko ingurune batean, ikasteko testuinguru «informal» batean, non lana «erreal» den; enpresaren barruan, teoria eta praktika konbinatzen dira eta abstraktua konkretu bihurtzen da; ikasketa kooperatiboa sustatzen da eta irakaste-ikaste sistema tradizionaletik harago doazen esperientziez eta pizgarri goza liteke. Bestalde, martxan dauden enpresak bisitatzea enpresek eskura duten tresna da, beren produktuak eta zerbitzuak —eta, are, beren burua— bereizteko baliatu dezaketena, baita marketin pertsonalizuagoa eta zuzenekoagoa eskaintzeko ere; edota harreman-marketina garatzeko, «*one-to-one*» gisakoa, betiere bezeroek/bisitariak/apopiloek sentitu dezaten ohiz kanpoko esperientzia eskusibo, berdingabe eta gogoangarri bat eskaintzen zaiela.

Ikerketaren ekarpen nabarmenenak hauek izan dira:

- Ikerlanak literatura akademikoan ageri den hutsune bat bete du eta ekarpen adierazgarria egin die bai martxan dauden enpresak bisitatzeari dagokion literaturari, bai ikasketa esperientzialari dagokion literaturari, bai eta marketin esperientzialari dagokion literaturari ere.
- Ebidentzia enpirikoa eskaini da martxan dauden enpresak bisitatzeak eragiten dituen efektuez.
- Hezkuntzaren ikuspegitik, «martxan dauden enpresak bisitatzeari dagokion esperientzia» modu originalean kontzeptualizatu eta definitu da.
- Hezkuntzaren ikuspegitik, «martxan dauden enpresak bisitatzeari dagokion esperientzia» neurtzeko eskala espezifikoa bat garatu eta proposatu da. Eskala horren baliagarritasuna eta fidagarritasuna frogatu dira, bitartekaritza eredu/marko konkretu baten barruan.
- Marketinaren ikuspegitik, «martxan dauden enpresak bisitatzeari dagokion esperientzia» modu originalean kontzeptualizatu eta definitu da.

- Marketinaren ikuspegitik, «martxan dauden enpresak bisitatzeari dagokion esperientzia» neurtzeko eskala espezifikoa bat garatu eta proposatu da. Eta eskala horren baliagarritasuna eta fidagarritasuna frogatu dira, bitartekaritza eredu/marko konkretu baten baitan.
- Hezkuntza eremuko ikastetxeek eta erakundeek, ikerlan honetako ebidentzia eta emaitzetan oinarrituta, enpresak bisitatzeari inguruko erabakiak hartu ditzakete.
- Enpresek eta erakundeek, oro har, ikerlan honetako ebidentzia eta emaitzetan oinarrituta, ateak zabaldu eta bisitariak hartzearen inguruko erabakiak hartu ditzakete.
- Ikerlaneko ebidentziak eta emaitzak lagundu egin dezakete tresna honen erabilera zabaltzen hezkuntza-eremuan eta enpresa-alorrean.