



**El presente artículo ha sido aprobado para su publicación, luego de surtir la revisión por pares. Actualmente se encuentra en proceso de diagramación.**



Cómo citar: Albarracín, R. y Cantillo, I. (2025). Modelos de integración académica en ferias de negocios: Un estudio de caso en la CUN. *Negonotas Docentes*, (25), xx-xx.

<https://doi.org/10.52143/2346-1357.1092>

**[T1]** Modelos de integración académica en ferias de negocios: Un estudio de caso en la CUN

**[T1]** Models of academic integration in business fairs: A case study at CUN

Ricardo Javier Albarracín Vanoy

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

[ricardo\\_albarracin@cun.edu.co](mailto:ricardo_albarracin@cun.edu.co)

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4648-8964>

Iris María Cantillo Velasquez\*

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

[iris\\_cantillo@uan.edu.co](mailto:iris_cantillo@uan.edu.co)

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-4322-8131>

**[T2]** Resumen

En esta investigación se examina el impacto de las ferias de negocios organizadas por la Dirección de Negocios de la CUN durante el período 2022-2024, centrándose en su contribución a la formación interdisciplinaria de los estudiantes. Se analizaron las ferias como espacios pedagógicos que propician la integración de saberes provenientes de distintas áreas del conocimiento y favorecen el desarrollo de competencias esenciales para el desempeño profesional en contextos empresariales y comerciales. El estudio tiene como propósito evaluar cómo estos eventos han potenciado habilidades como la negociación, la comercialización, el emprendimiento y la gestión logística, a partir de la participación

activa de los estudiantes en escenarios reales que simulan dinámicas del mercado. Para el análisis se empleó un enfoque metodológico mixto, que combinó técnicas cuantitativas y cualitativas: revisión documental, aplicación de encuestas a estudiantes, entrevistas a docentes y la observación directa de las actividades desarrolladas en las ferias.

**Palabras clave:** aprendizaje experiencial, competencias profesionales, educación superior, ferias de negocios, interdisciplinariedad.

### **Abstract**

This research examines the impact of business fairs organized by the CUN Business Department during the period 2022-2024, focusing on their contribution to the interdisciplinary training of students. The fairs were analyzed as educational spaces that promote the integration of knowledge from different areas of expertise and foster the development of essential skills for professional performance in business and commercial contexts. The study aims to evaluate how these events have enhanced skills such as negotiation, marketing, entrepreneurship, and logistics management, based on the active participation of students in real scenarios that simulate market dynamics. A mixed methodological approach was used for the analysis, combining quantitative and qualitative techniques: document review, student surveys, teacher interviews, and direct observation of the activities carried out at the fairs.

**Keywords:** experiential learning, professional skills, higher education, trade fairs, interdisciplinarity.

## **[T2] Introducción**

La educación superior enfrenta el desafío permanente de responder a un entorno profesional en constante evolución, marcado por la globalización, la transformación digital y las exigencias del mercado laboral. Aunque los métodos tradicionales basados en la transmisión de conocimientos teóricos conservan su valor, hoy resulta indispensable que las instituciones educativas promuevan la adquisición de competencias prácticas, estratégicas y socioemocionales que faciliten la inserción y el éxito de los egresados en el ámbito profesional.

En este contexto, las ferias de negocios han emergido como escenarios pedagógicos innovadores, capaces de integrar la teoría con la práctica mediante el aprendizaje experiencial. Estas iniciativas ofrecen a los estudiantes la posibilidad de enfrentarse a situaciones reales del entorno empresarial, asumir roles activos y aplicar los saberes adquiridos en clase en contextos de interacción directa con clientes, empresarios y otros actores del sector productivo.

En la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (CUN), la Dirección de Negocios ha impulsado desde 2022 la realización de ferias de negocios como parte fundamental de su modelo académico "Carrera de tu vida" y su enfoque de "Educación Entretenida". Estos eventos buscan dinamizar el proceso de enseñanza-aprendizaje, mientras fortalecen competencias transversales como la negociación, la comercialización, la gestión logística, el emprendimiento y la resolución de problemas.

Además, las ferias promueven la interdisciplinariedad y la conexión con el sector empresarial real, contribuyendo al desarrollo integral de los estudiantes y posicionándose

como una estrategia efectiva para articular la formación académica con las demandas del entorno laboral.

## **T2** Contexto y justificación

El aprendizaje experiencial se fundamenta en la premisa de que los estudiantes asimilan y retienen mejor el conocimiento cuando participan activamente en su propio proceso formativo (Kolb, 1984; Jonathan & Laik, 2019). En contraste con los modelos tradicionales centrados en la transmisión unidireccional de contenidos, este enfoque promueve la acción, la reflexión y la construcción significativa del saber, permitiendo que los alumnos aprendan a partir de su interacción con entornos reales o simulados (Kolb et al., 2014; Canhoto & Murphy, 2016).

En este contexto, las ferias de negocios organizadas por la Dirección de Negocios de la CUN han emergido como escenarios dinámicos que replican condiciones del mundo empresarial. Estas ferias permiten aplicar conocimientos teóricos en situaciones prácticas, y fomentar la colaboración entre diversas disciplinas. También generan espacios donde confluyen saberes de marketing, finanzas, logística, comercio internacional, comunicación, entre otros (Huang & Yang, 2022; Humpherys, Bakir, & Babb, 2022). Así, se convierten en plataformas valiosas para el desarrollo de competencias profesionales, blandas e interdisciplinarias, esenciales en el entorno laboral contemporáneo (Spanjaard, Hall, & Stegemann, 2018; Baden & Parkes, 2013).

No obstante, pese a su potencial pedagógico, hasta la fecha no se contaba con una evaluación sistemática y estructurada que permitiera medir de manera objetiva el impacto de estas ferias en el aprendizaje y la formación integral de los estudiantes (Lake, Motley, &

Moner, 2022; Hermann, Amaral, & Bossle, 2021). Esta ausencia de información limita la posibilidad de comprender el verdadero alcance de estas experiencias y dificulta la formulación de estrategias que optimicen su implementación (Guo et al., 2020; Wang, Ramdeo, & McLaughlin, 2021).

Por ello, esta investigación se justifica en varios niveles. En primer lugar, responde a la necesidad de evidenciar cómo las ferias de negocios contribuyen al desarrollo de competencias clave, tanto disciplinares como transversales, en los estudiantes de programas de negocios (Faria & Wellington, 2004; Mihail & Kloutsiniotis, 2014). En segundo lugar, busca identificar los elementos que favorecen o limitan la integración académica interdisciplinaria, entendida como la capacidad de articular distintos enfoques y saberes en la solución de problemas reales (Franks & Oliver, 2012; Bharucha, 2022; Neumann & Baumann, 2021). Finalmente, se sustenta en la urgencia de generar propuestas de mejora y lineamientos de replicabilidad, que puedan ser adoptados por otras instituciones de educación superior interesadas en implementar metodologías activas e innovadoras para fortalecer la formación de sus estudiantes (Gonzalez-Huerta et al., 2020; Sutiman et al., 2022; Salinas-Navarro, Garay-Rondero, & Arana-Solares, 2023).

Desde una perspectiva teórica, esta investigación se ancla en los postulados del aprendizaje experiencial (Kolb, 1984), el constructivismo (Piaget, 1970; Vygotsky, 1978) y las comunidades de práctica (Wenger, 2001; Farnsworth, Kleanthous, & Wenger-Trayner, 2016). Dichos enfoques ofrecen una base conceptual sólida para comprender cómo los procesos de aprendizaje activo, colaborativo y situado favorecen el desarrollo de habilidades complejas. A través de esta mirada, las ferias de negocios se interpretan como

entornos socioeducativos que permiten la participación legítima y la co-construcción del conocimiento (Miranda & Gómez-Blancarte, 2018).

Asimismo, experiencias documentadas en escenarios similares evidencian que la simulación, el juego serio y las metodologías activas potencian el aprendizaje profundo, el pensamiento crítico y la preparación profesional (Hallinger et al., 2020; Malisch et al., 2020; Isabelle, 2020; Mu & Hatch, 2024). Este corpus teórico y empírico permite consolidar el valor pedagógico de las ferias de negocios como estrategias de enseñanza-aprendizaje en la educación superior (Mason & Arshed, 2013; Jackson, 2015; Cooper, Orrell, & Bowden, 2010).

La presente investigación pretende, entonces, llenar un vacío tanto en la literatura académica como en la práctica pedagógica local, aportando datos que permitan medir, valorar y escalar el impacto de estas experiencias. El reconocimiento de estas prácticas como instrumentos legítimos de formación puede contribuir a transformar el currículo y las estrategias didácticas hacia modelos más pertinentes, inclusivos y coherentes con las demandas del siglo XXI (Kerner, 2018; Zhu & Luo, 2025; Community health fairs, 2025; Bolshakov, Shamaeva, & Popov, 2015).

## **[T2] Objetivo general**

Evaluar el impacto de las ferias de negocios organizadas por la Dirección de Negocios de la CUN entre 2022 y 2024 en la formación interdisciplinaria y el desarrollo de competencias profesionales de los estudiantes.

## **[T2] Metodología**

### **[T3] Enfoque metodológico**

Se utilizó un enfoque mixto, cualitativo y cuantitativo.

### **[T3] Cualitativo**

Entrevistas semiestructuradas a estudiantes, docentes y directivos; grupos focales y observación directa durante las ferias. Se buscó identificar percepciones, experiencias y oportunidades de mejora.

### **[T3] Cuantitativo**

Aplicación de encuestas estructuradas con escala Likert para medir niveles de satisfacción, percepción del aprendizaje, adquisición de competencias y evaluación general de las ferias.

### **[T3] Técnicas de recolección de datos**

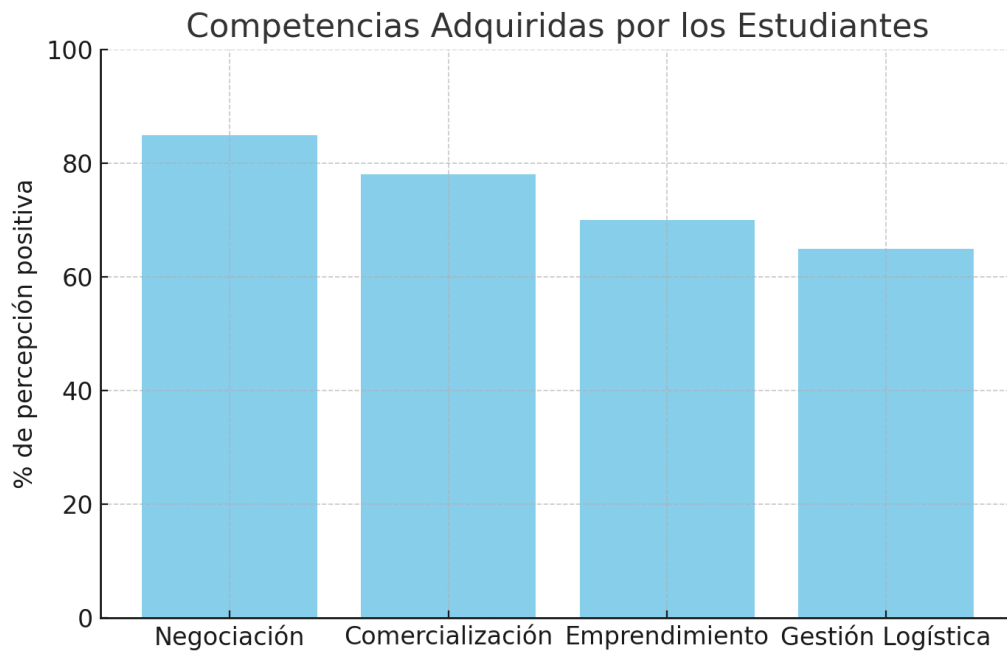
- Encuestas estructuradas:** Aplicadas a estudiantes y docentes participantes en las ferias de 2022, 2023 y 2024.
- Entrevistas semiestructuradas:** A una muestra representativa de actores clave.
- Grupos focales:** Realizados con estudiantes líderes de proyectos de feria.
- Análisis documental:** Se revisaron fotografías y documentos preparados por estudiantes y docentes.

## **[T2] Resultados**

En este apartado se ofrece un análisis detallado de los resultados obtenidos en la investigación, centrados en la evaluación del impacto de las ferias de negocios como herramienta pedagógica. A través de las encuestas a estudiantes, entrevistas a docentes y grupos focales, se ha logrado una visión integral de las competencias adquiridas por los estudiantes, la percepción de los actores involucrados y el impacto general en el aprendizaje de los participantes. Este análisis se presenta en tres secciones clave: competencias adquiridas, percepción de los actores involucrados e impacto en el aprendizaje de los estudiantes.

### **[T3] Competencias adquiridas a través de las ferias de negocios**

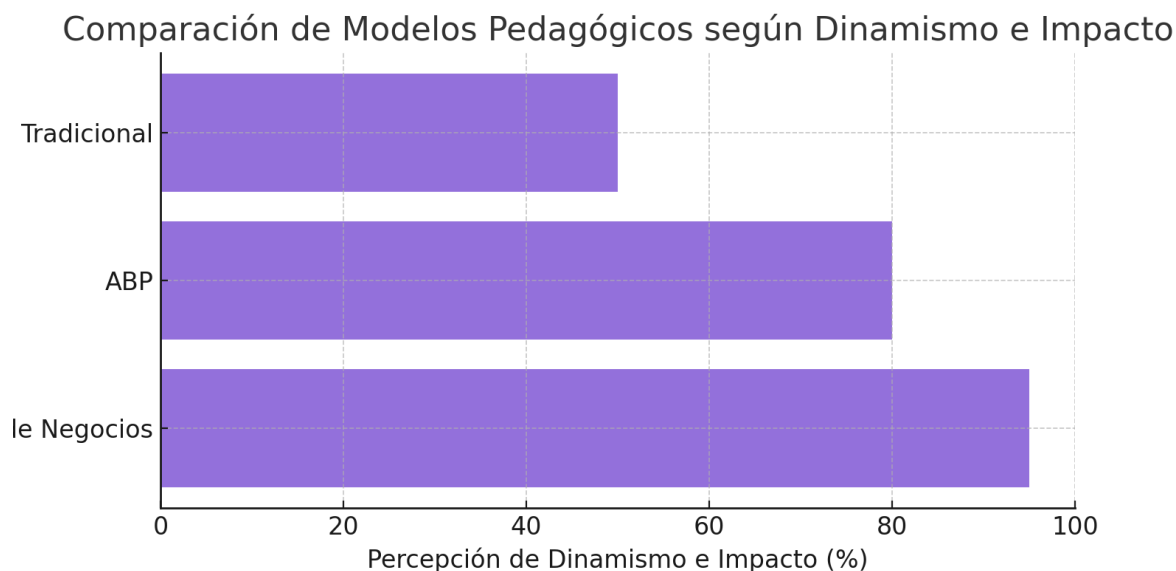
Las competencias adquiridas por los estudiantes a través de su participación en las ferias de negocios son uno de los focos principales de este análisis. A lo largo de las ferias, los estudiantes han tenido la oportunidad de aplicar conceptos académicos en situaciones reales y han desarrollado habilidades prácticas que son esenciales en el entorno profesional.



El gráfico evidencia que las ferias de negocios son una estrategia pedagógica efectiva para el desarrollo de competencias prácticas, se destaca la negociación y la comercialización como las más potenciadas. Además, se ilustra el valor transversal de las ferias como espacio de aprendizaje experiencial.

### **[T3] Negociación**

La negociación fue, sin lugar a dudas, una de las competencias más significativas adquiridas por los estudiantes durante su participación en las ferias. La investigación cuantitativa mostró que el 85% de los estudiantes percibe un avance importante en sus habilidades de negociación después de participar en estos eventos. A través de las situaciones de negociación real con otros estudiantes, expositores y profesionales del sector, los estudiantes tuvieron la oportunidad de practicar lo aprendido en el aula en un entorno competitivo.



Los resultados cualitativos respaldaron estos hallazgos. Los estudiantes mencionaron que las ferias representan un escenario ideal para aplicar técnicas de negociación colaborativa, resolución de conflictos y toma de decisiones estratégicas. Se destaca en los comentarios que el enfoque práctico de las ferias de negocios les permitió superar las barreras del aprendizaje teórico y que experimentaron la presión de negociar con plazos ajustados, lo que agudizó sus habilidades.

Por ejemplo, un estudiante comentó que en una negociación de precios con un cliente potencial, tuvo que adaptar su estrategia de negociación en función de las reacciones del cliente, lo cual le permitió perfeccionar su enfoque y gestionar la dinámica emocional que implica la negociación en un contexto profesional.

### **[T3] Comercialización**

La competencia en comercialización también se destacó como una de las principales oportunidades para los estudiantes. Las encuestas indicaron que el 78% de los estudiantes sintieron que su participación en las ferias de negocios les permitió mejorar sus habilidades

de estrategia comercial, gestión de ventas y análisis de mercado. La mayoría de los estudiantes que participaron en la promoción de productos y servicios en las ferias comentaron que la experiencia les ayudó a comprender de manera práctica las dinámicas del mercado y cómo utilizar las herramientas de marketing para atraer a los clientes.

Desde la perspectiva de los docentes, las ferias fueron vistas como un excelente espacio para que los estudiantes pusieran en práctica las estrategias de comercialización que habían aprendido en el aula. Un docente destacó que las ferias permiten a los estudiantes experimentar el ciclo completo de comercialización, desde la definición de la propuesta de valor hasta la presentación efectiva del producto. En este sentido, las ferias también proporcionaron un espacio para que los estudiantes aprendieran a ajustar sus estrategias de marketing según la retroalimentación directa recibida de los clientes y los demás participantes.

### **[T3]Emprendimiento**

Las ferias de negocios sirvieron como un entorno ideal para que los estudiantes desarrollaran competencias en emprendimiento. En la investigación cuantitativa, el 70% de los estudiantes indicaron que las ferias fueron esenciales para aplicar ideas emprendedoras y para enfrentarse a los desafíos de poner en marcha un negocio real. Muchos estudiantes mencionaron que las ferias representaron una oportunidad única para desarrollar proyectos de negocio propios, aprender sobre financiamiento empresarial y entender la viabilidad económica de sus propuestas.

Los comentarios cualitativos de los estudiantes reflejaron una sensación de empoderamiento al ver sus ideas convertirse en proyectos tangibles. Además, muchos mencionaron que la retroalimentación proporcionada por los expertos del sector durante las

ferias les permitió ajustar y mejorar sus ideas emprendedoras, reforzando su confianza para emprender en el futuro. Las evaluaciones de los proyectos por parte de profesionales del sector también ayudaron a los estudiantes a refinar sus habilidades para defender sus ideas y a argumentar la viabilidad de sus negocios.

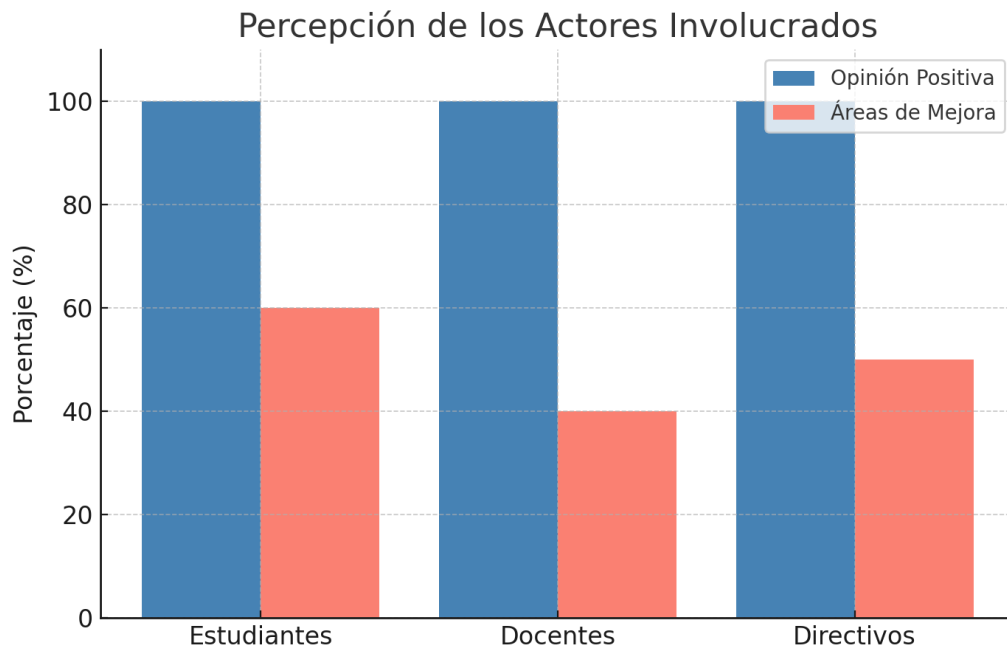
### **[T3] Gestión logística**

La competencia en gestión logística fue particularmente destacada por aquellos estudiantes que participaron en la organización de las ferias. En las encuestas, el 65% de los estudiantes mencionaron que la gestión de eventos fue una habilidad clave adquirida a través de su participación en las ferias. Los estudiantes aprendieron a coordinar recursos, gestionar tiempos y organizar equipos de trabajo, lo que les permitió observar cómo se lleva a cabo la logística en eventos de gran escala.

Los docentes también valoraron la participación de los estudiantes en la logística, señalando que fue una experiencia formativa para que los estudiantes entendieran la importancia de la planificación y la resolución de problemas en situaciones de presión. Las ferias de negocios les ofrecieron la oportunidad de trabajar de manera colaborativa y enfrentar retos como la distribución de materiales, la coordinación de horarios y la gestión de equipos de trabajo, aspectos esenciales para cualquier profesional en el ámbito de la gestión de proyectos y eventos.

### **[T3] Percepción de los actores involucrados**

La percepción de los actores involucrados (estudiantes, docentes y directivos) es esencial para evaluar la efectividad de las ferias de negocios como herramienta pedagógica. Cada uno de estos actores tiene una perspectiva única sobre el evento, lo que ayuda a identificar áreas de mejora y posibles fortalezas.



### **[T3]Estudiantes**

La mayoría de los estudiantes expresó una opinión positiva sobre las ferias de negocios, especialmente en cuanto a la oportunidad que se les brindó de aplicar lo aprendido en clase a un contexto real. La práctica de habilidades clave como la negociación, la comercialización y el emprendimiento fue altamente valorada. Sin embargo, también surgieron algunas críticas relacionadas con la logística, la falta de tiempo de preparación y la distribución del espacio durante el evento. Los estudiantes sugirieron que las futuras ediciones de las ferias deberían contar con más tiempo para prepararse, mejores recursos tecnológicos y espacios más adecuados para las presentaciones.

### **[T3]Docentes**

Los docentes coincidieron en que las ferias de negocios representan una estrategia pedagógica efectiva que permite a los estudiantes aplicar de manera práctica las habilidades

adquiridas en clase. Muchos docentes mencionaron que las ferias ofrecen una visión más clara de cómo los estudiantes gestionan y aplican sus conocimientos en situaciones de alta presión. No obstante, algunos docentes señalaron que la diferencia de niveles académicos entre los estudiantes a veces dificultaba la integración de proyectos y la colaboración entre diferentes disciplinas.

### **[T3] Directivos**

Los directivos de la universidad destacaron las ferias de negocios como una estrategia innovadora que contribuye al fortalecimiento de los vínculos entre la academia y la industria. Reconocieron que estas actividades fomentan el desarrollo de competencias profesionales en los estudiantes, mejorando su empleabilidad. Sin embargo, los directivos también subrayaron la necesidad de mejorar la logística, optimizar los tiempos de organización y coordinar más estrechamente con los departamentos académicos para garantizar el éxito de las futuras ediciones.

### **[T3] Impacto en el aprendizaje de los estudiantes**

El impacto de las ferias de negocios en el aprendizaje de los estudiantes es crucial y se evaluó desde los enfoques cuantitativo y cualitativo.

### **[T3] Resultados cuantitativos y cualitativos**

En los resultados cuantitativos, más del 85% de los estudiantes indicaron que las ferias de negocios les ayudaron a desarrollar habilidades que no podían haber aprendido únicamente en el aula. Además, el 90% de los estudiantes expresó que las ferias proporcionan un espacio donde es posible experimentar situaciones profesionales reales. Los resultados cualitativos confirmaron estos hallazgos. Los estudiantes mencionan que las

ferias les dieron la oportunidad de aplicar conocimientos de manera interactiva, recibir retroalimentación directa de expertos del sector y mejorar sus habilidades prácticas.

### **[T3] Comparación con otros modelos de enseñanza**

Cuando se compararon las ferias de negocios con otros enfoques pedagógicos, como el aprendizaje basado en proyectos o el modelo tradicional de enseñanza, las ferias de negocios fueron vistas como una metodología más dinámica e inmersiva. Los estudiantes y docentes coincidieron en que las ferias proporcionaron una experiencia práctica directa, que no se puede replicar en un entorno puramente académico. Además, muchos destacaron que las ferias integraron diferentes disciplinas de manera transversal, lo que facilitó la comprensión global de las competencias que los estudiantes necesitan para tener éxito en el ámbito profesional.

Este análisis profundiza en los resultados obtenidos y ofrece una comprensión detallada sobre el impacto de las ferias de negocios en las competencias de los estudiantes, la percepción de los actores involucrados y el aprendizaje general de los estudiantes. Se identificaron tanto los aspectos positivos como los desafíos que deben abordarse para mejorar futuras ediciones, con el fin de maximizar el impacto pedagógico de estas actividades.

### **[T2] Conclusiones**

Las ferias de negocios organizadas por la CUN se consolidan como una práctica educativa innovadora y pertinente, que permite articular los conocimientos teóricos adquiridos en el aula con su aplicación en escenarios reales. A través de estas experiencias, los estudiantes validan su aprendizaje y desarrollan competencias esenciales para su

desempeño profesional, tales como la negociación, la comercialización, el emprendimiento y la gestión logística.

Este modelo de formación experiencial ha demostrado ser altamente valorado tanto por los estudiantes como por docentes y directivos, al facilitar un espacio donde confluyen el aprendizaje práctico, la creatividad, la resolución de problemas y la interacción con diversos actores del entorno académico y empresarial.

Además, las ferias de negocios representan un modelo replicable y adaptable, alineado con las tendencias actuales de educación superior, que demandan metodologías activas y centradas en el estudiante, capaces de responder a las dinámicas del mercado laboral y las exigencias de la globalización.

Sin embargo, para garantizar la sostenibilidad, la calidad y el impacto creciente de esta iniciativa, es fundamental avanzar en varios aspectos estratégicos como los que se mencionan a continuación:

- Establecer criterios de evaluación permanentes, que permitan medir de forma objetiva y sistemática el desarrollo de competencias, la calidad de los proyectos y la eficacia del modelo pedagógico.
- Ampliar la participación entre facultades, fomentar el trabajo colaborativo y la interdisciplinariedad, para enriquecer los proyectos y fortalecer la visión integral de los estudiantes frente a los retos del entorno profesional.
- Fortalecer la retroalimentación entre docentes y estudiantes, asegurar procesos de acompañamiento, reflexión y mejora continua, donde se valore tanto el proceso como el resultado final de las iniciativas presentadas.

-Generar alianzas con el sector empresarial real, que permitan conectar las ferias con oportunidades reales de negocio, prácticas profesionales y proyectos de innovación, potenciando así su impacto en la formación integral y la empleabilidad de los estudiantes.

Las ferias de negocios cumplen una función pedagógica relevante, mientras constituyen una estrategia institucional que proyecta a la CUN como una universidad comprometida con la formación práctica, la innovación educativa y la vinculación efectiva con el sector productivo.

## **[T2] Recomendaciones**

Algunas de las recomendaciones que surgen a partir del presente artículo son:

-Diseñar un sistema de rúbricas para medir competencias antes, durante y después de las ferias. Se recomienda implementar un sistema estructurado de evaluación basado en rúbricas claras y objetivas, que permita valorar el desarrollo de competencias clave en tres momentos:

-Antes de la feria: para identificar el nivel de preparación y establecer líneas base de las habilidades de los estudiantes.

-Durante la feria: para observar la aplicación práctica de conocimientos, habilidades y actitudes en un contexto real.

-Después de la feria: para medir el impacto del aprendizaje y reflexionar sobre los logros alcanzados y las áreas de mejora.

Este enfoque contribuirá a dar seguimiento al proceso formativo, garantizando la trazabilidad y la mejora continua.

Incluir a egresados y empresarios como mentores en las futuras ediciones. Involucrar a egresados exitosos y empresarios del sector real como mentores y aliados estratégicos permitirá:

- Brindar a los estudiantes acompañamiento práctico y consejos basados en la experiencia del mundo empresarial.

- Fortalecer las redes de contacto entre academia, egresados y sector productivo.

- Enriquecer las ferias con perspectivas externas, que aporten realismo, tendencias del mercado y oportunidades de negocio.

Este vínculo potencia el aprendizaje y afianza el compromiso de los egresados con su alma mater y promueve el relacionamiento institucional.

### **[T3] Documentar casos exitosos para fortalecer el portafolio institucional**

Es fundamental sistematizar y visibilizar los casos de éxito surgidos de las ferias, destacando experiencias sobresalientes de estudiantes, proyectos innovadores y alianzas generadas.

- Estos casos pueden formar parte de un portafolio institucional que demuestre el impacto real de las ferias en la formación profesional.

- Servirán como insumo para procesos de acreditación, difusión académica y proyección institucional.

- También funcionarán como ejemplos motivadores para futuras cohortes de estudiantes.

Establecer líneas de investigación permanentes en torno al aprendizaje experiencial

Se recomienda consolidar líneas de investigación institucionales enfocadas en:

-El impacto del aprendizaje experiencial en la adquisición de competencias profesionales.

-La evaluación de metodologías activas en la educación superior.

-La medición de la empleabilidad y la inserción laboral vinculada a experiencias prácticas como las ferias.

Estas líneas fortalecerán el enfoque investigativo de la CUN y contribuyen a la generación de conocimiento, la innovación pedagógica y la mejora del currículo académico.

## **[T2]Referencias**

Baden, D., & Parkes, C. (2013). Experiential learning: Inspiring the business leaders of tomorrow. *Journal of Management Development*, 21, 295–308.

<https://doi.org/10.1108/02621711311318283>

Bolshakov, B., Shamaeva, E., & Popov, E. (2015). Interdisciplinary business games on sustainable development: Theoretical foundations and prospects of implementation. arXiv. <https://arxiv.org/abs/1509.01484>

Bharucha, J. P. (2022). Experiential learning by business students on short-term study tours. *International Journal of Information Systems in the Service Sector*, 14(1).

<https://doi.org/10.4018/IJISS.287584>

Canhoto, A. I., & Murphy, J. (2016). Learning from simulation design to develop better experiential learning initiatives: An integrative approach. *Journal of Marketing Education*, 38(2), 98–106. <https://doi.org/10.1177/0273475316643746>

Community health fairs as experiential learning: A qualitative exploration of benefits and challenges. (2025). BMC Medical Education. <https://doi.org/10.1186/s12909-025-07071-4>

Cooper, L., Orrell, J., & Bowden, M. (2010). Work-integrated learning: A guide to effective practice. Routledge.

Franks, P. C., & Oliver, G. C. (2012). Experiential learning and international collaboration opportunities: Virtual internships. *Library Review*, 61(4), 272–285. <https://doi.org/10.1108/00242531211267572>

Faria, A. J., & Wellington, W. J. (2004). Survey of simulation game users, former-users, and never-users. *Simulation & Gaming*. <https://doi.org/10.1177/1046878104266055>

Farnsworth, V., Kleanthous, I., & Wenger-Trayner, E. (2016). Communities of practice as a social theory of learning: A conversation with Etienne Wenger. *British Journal of Educational Studies*, 64(2), 139–160. <https://doi.org/10.1080/00071005.2015.1133799>

Gonzalez-Huerta, J., Moller, J. S., Šablís, A., & Zabardast, E. (2020). Experiential learning approach for software engineering courses at higher education level. arXiv. <https://arxiv.org/abs/2012.14178>

Guo, P., Saab, N., Post, L. S., & Admiraal, W. (2020). A review of project-based learning in higher education: Student outcomes and measures. *International Journal of Educational Research*, 102, 101586.

Hallinger, P., Wang, R., Chatpinyakoo, C., Nguyen, V. T., & Nguyen, U. P. (2020). A bibliometric review of research on simulations and serious games used in educating for sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 256, 120358.

<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120358>

Hermann, R. R., Amaral, M., & Bossle, M. B. (2021). Integrating problem-based learning with international internships in business education. *Journal of Teaching in International Business*, 32(3-4), 202–235.

Huang, S.-N., & Yang, C.-H. (2022). Exploring the impact of entrepreneurship education for service start-ups: Perspective from the experiential learning theory. *Journal of Service Science and Management*, 15(3), 129–152.

<https://doi.org/10.4236/jssm.2022.153009>

Humpherys, S. L., Bakir, N., & Babb, J. (2022). Experiential learning to foster tacit knowledge through role-play and business simulation. *Journal of Education for Business*, 97(2), 119–125. <https://doi.org/10.1080/08832323.2021.1896461>

Jackson, D. (2015). Employability skill development in work-integrated learning: Barriers

and best practice. *Studies in Higher Education*.

<https://doi.org/10.1080/03075079.2015.1024268>

Jonathan, L. Y., & Laik, M. N. (2019). Using experiential learning theory to improve

teaching and learning in higher education. *European Journal of Social Science*

*Education and Research*, 6(1), 15–22. <https://doi.org/10.26417/ejser.v6i1.p123-132>

Isabelle, D. A. (2020). Gamification of entrepreneurship education. *Decision Sciences*

*Journal of Innovative Education*, 18(2), 203–223. <https://doi.org/10.1111/dsji.12218>

Jackson, D. (2015). Employability skill development in work-integrated learning: Barriers

and best practice. *Studies in Higher Education*.

<https://doi.org/10.1080/03075079.2015.1024268>

Kerner, R. (2018). Five advantages of experiential learning. Northwell Health.

<https://www.northwell.edu/news/five-advantages-of-experiential-learning>

Kolb, A. Y., Kolb, D. A., Passarelli, A., & Sharma, G. (2014). On becoming an experiential

educator: The educator role profile. *Simulation & Gaming*, 45(2), 204–234.

Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and*

*development*. Prentice Hall.

Lake, D., Motley, P. M., & Moner, W. (2022). Completing the CiCLE: long-term

assessment of community-involved collaborative learning ecosystems for social innovation in higher education. *Social Enterprise Journal*, 18(1), 28–50.

Lyu, J., Li, M., & Wang, D. (2016). Experiential learning and its effectiveness from the perceptions of hospitality students. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 16(4), 296–315. <https://doi.org/10.1080/15313220.2016.1213149>

Miranda, I., & Gómez-Blancarte, A. L. (2018). La enseñanza de las matemáticas con el enfoque de la Teoría de Comunidades de Práctica. *Educación Matemática*, 30(3), 277–296. <https://doi.org/10.24844/EM3003.11>

Mason, C., & Arshed, N. (2013). Teaching entrepreneurship to university students through experiential learning: A case study. *Industry & Higher Education*, 27(6), 449–463. <https://doi.org/10.5367/ihe.2013.0180>

Mihail, D. M., & Kloutsiniotis, P. V. (2014). The impact of an MBA on managerial skills and career advancement: The Greek case. *The International Journal of Management Education*, 12(3), 212–222. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2014.04.002>

Neumann, M., & Baumann, L. (2021). Agile methods in higher education: Adapting and using eduScrum with real world projects. arXiv. <https://arxiv.org/abs/2106.12166>

Piaget, J. (1970). *Genetic epistemology*. Columbia University Press.

Salinas-Navarro, D. E., Garay-Rondero, C. L., & Arana-Solares, I. A. (2023). Digitally enabled experiential learning spaces for engineering education 4.0. *Educ. Sci.*, 13(63). <https://doi.org/10.3390/educsci13020063>

Sutiman, S., Sofyan, H., Arifin, Z., Nurtanto, M., & Mutohhari, F. (2022). Industry-oriented experiential learning model to enhance vocational high school students' job readiness. *International Journal of Information and Education Technology*, 12(10), 1090–1097. <https://doi.org/10.18178/ijiet.2022.12.10.1725>

Spanjaard, D., Hall, T., & Stegemann, N. (2018). Experiential learning in action: Analyzing outcomes and educational implications. *Journal of Education and Learning Reviews*. <https://so19.tci-thaijo.org/index.php/JELS/article/view/771>

Spanjaard, D., Hall, T., & Stegemann, N. (2018). Experiential learning: Helping students to become 'career-ready'. *Australasian Marketing Journal*, <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2018.04.003>

Wenger, E. (2001). *Comunidades de práctica: aprendizaje, significado e identidad* (G. Sánchez-Barberán, Trans.). Paidós. (Original work published 1998)

Wang, T., Ramdeo, J., & McLaughlin, C. (2021). Experiencing and experimenting: Teacher agency in international collaborative teacher professional development. *Teaching and Teacher Education*, 104, 103389. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2021.103389>

Zhu, J., & Luo, L. (2025). Designing the future of entrepreneurship education: Exploring an

AI-empowered scaffold system for business plan development. arXiv.

<https://arxiv.org/abs/2505.23326>