

Anexo 1



Proyecto **INNOVACIÓN**

Técnicas de comunicación y marketing en el aula

Alodia Isidro Bellido



ÍNDICE

1. Introducción.....	3
2. Justificación.....	5
3. Objetivos.....	7
4. Marco teórico.....	8
5. Diseño de la Investigación.....	10
6. Trabajo de campo- Practicum III	13
7. Tratamiento-codificación y tabulación de los datos cuantitativos y cualitativos.....	18
8. Análisis e interpretación.....	19
9. Conclusiones.....	21
10. Referencias.....	23
11. Anexos.....	26

1. INTRODUCCIÓN

Un adecuado desempeño de la labor docente depende, en su mayoría, del manejo de habilidades psicológicas por parte del profesor, en particular, de habilidades sociales, de comunicación, autocontrol y solución de problemas, que debe transmitir a los alumnos. El docente tiene una gran responsabilidad y peso en el desarrollo formativo y humano del alumno, ya que en gran medida influye en los estudiantes y esa influencia puede ser negativa o positiva. El profesor debe prepararse para conseguir un buen funcionamiento psicológico y crear un clima de trabajo que favorezca, por un lado, la creación de conocimiento y, paralelamente el desarrollo de **pautas, creencias y valores que contribuyan a la formación integral como personas para generar satisfacción y bienestar.**

A grandes rasgos, el estilo de funcionamiento del docente debería caracterizarse por un modelo de comportamiento que respete opiniones, aceptando críticas y evitando menospreciar; siendo un ejemplo de control emocional, sobre todo en momentos críticos; mostrando interés por el trabajo de todos y cada uno de sus alumnos y agradeciendo dedicación; sin dejar de exigir esfuerzo y rendimiento y ajustando expectativas.

Las personas necesitan ser integradas para ser eficaces y todas estas habilidades pueden trabajarse a través de la **comunicación verbal y no verbal**, acentuando la importancia de la cooperación y concretando las responsabilidades individuales de cada uno en beneficio del grupo, dentro de este espacio de interacción social y emocional que es el aula.

En la condición del ser humano, como seres sociales, existe la necesidad de comunicarse. La comunicación permite transmitir información e intercambiar o compartir ideas, lo que enriquece la experiencia humana, además de ser de vital importancia para **desarrollar las potencialidades** de cada persona.

Al tomar contacto con el mundo de la Educación de nuevo, después del paso por la trayectoria formativa personal algo lejano, ahora desde la visión y el paradigma del docente, se echa en falta el **desarrollo de habilidades sociales y comunicativas en los alumnos**. Futuros profesionales que en unos meses se enfrentarán a los módulos de Proyecto y Formación en Centros de Trabajo, viviendo, en la mayoría de los casos, la primera defensa de un proyecto personal ante un público exigente o varios procesos de selección que les llevarán a la ocupación profesional deseada.

“

La gente no es binaria, no está hecha de ceros y unos,
no son listos o tontos, válidos o inútiles. Todos tenemos
puntos fuertes y débiles, positivos y negativos,
competencias y deficiencias.

– Kawasaki, G. (2011).

”

De esta forma, el presente proyecto dará claves a los alumnos para aprender a comunicarse y aprender a resolver conflictos atendiendo a las necesidades de todas las personas implicadas, gracias al apoyo de **herramientas como el marketing y la inteligencia emocional**. Mientras que esta última, ayudará a gestionar las emociones y hacer un uso inteligente de las mismas, el primero cautivará, tanto en el beneficio personal como en el grupal, sin traspasar nunca los límites éticos.

2. JUSTIFICACIÓN

Un estudio de Adecco (INFOEMPLEO 2016), concluyó que entre las habilidades relacionales, lo más valorado por los departamentos de Recursos Humanos es el **trabajo en equipo (69%) y la capacidad de comunicación (62%)**, por encima de la capacidad de influencia (32%) y de poseer una red de contactos (26%). Sobre todo, la comunicación es importante para puestos directivos y mandos intermedios. Sin embargo, el Observatorio de Innovación en el Empleo de Adecco, en otro estudio en el que participaron 19 multinacionales (BMW, Acciona, Coca-Cola, Ikea, McDonald's y Seur, entre otras), las compañías constataron las pocas habilidades de los jóvenes a la hora de comunicar.

La comunicación es una competencia transversal, que importa tanto en la vida profesional como la personal y como asegura la directora de la Escuela Europea de Oratoria, Mónica Pérez de las Eras (ABC 26/06/2016) **todo se puede entrenar**. “Un buen orador tiene inteligencia emocional, está sereno, tranquilo, no pierde los nervios en una reunión conflictiva, ni en un debate, usa bien la voz y los gestos... Y eso se puede aprender”, destaca De las Eras.

Entre los distintos tipos de comunicación, el presente proyecto se centrará en la comunicación interpersonal, que referencia a todas aquellas situaciones en las que, al menos, existen dos o más personas, y se produce una **comunicación, verbal y no verbal**, con el fin de que los alumnos adquieran un pensamiento conceptual y una disciplina dialéctica con capacidad de análisis y síntesis. Sus herramientas de trabajo serán el marketing y la inteligencia emocional, bajo los cimientos de una sentada asertividad, empatía, autorregulación y seguridad en uno mismo; sin olvidar la kinesia, la paralingüística y la proxémica.

“

Regala un pescado a un hombre y le darás alimento para un día,
enséñale a pescar y lo alimentarás para el resto de su vida.

-Proverbio chino

”

El papel del docente ha cambiado mucho en las últimas décadas, con la llegada de las nuevas tecnologías y el **acceso al conocimiento a un sólo click** a través de *smartphones* desde casi cualquier parte del mundo. El contenido que deben aprender los alumnos está en la red, por lo que una de las preguntas a cuestionarse es: ¿cuál debe ser la función de los profesores en el actual sistema de formación?.

El docente debe ser un buen comunicados que actúe como **un guía o mediador que facilite el aprendizaje** a sus alumnos y plantear problemas que obliguen a los alumnos a buscar, seleccionar y procesar la información, desarrollando una fase evolucionada del constructivismo que defendía que los estudiantes aprendieran por descubrimiento, siempre organizados, liderados y guiados por el profesor.

En definitiva, saber transmitir las ganas de aprender y adquirir conocimiento, siempre bajo una visión crítica, ofrecerles dar su opinión, dejarles libertad para dialogar y discutir desde el respeto y crear un aula motivada y un entorno agradable, porque como decía el profesor Lledó: **“comunicar en clase es la única forma de enhebrar el cerebro y crear sociedad”** (ALGÚN DÍA EN ALGUNA PARTE 2015).

3. OBJETIVOS

A partir de la taxonomía de objetivos de la educación Bloom (1956).

- Identificar las posibles situaciones a las que los alumnos puedan enfrentarse en un futuro a corto plazo.
- Clasificar las diferencias entre comunicación verbal y no verbal.
- Utilizar y comprender con fluidez, autonomía, creatividad y eficacia información en diferentes códigos verbales y no verbales.
- Resolver a través de la comunicación posibles conflictos o dificultades atendiendo a las necesidades de todas las personas implicadas.
- Analizar la situación comunicativa y el público para actuar en consecuencia y diagnosticar posibles necesidades.
- Planear con anterioridad e incorporar en el proceso de comunicación el conocimiento y las habilidades adquiridas.
- Interpretar el empleo de habilidades verbales y no verbales a la hora de expresarse y relacionarse de forma positiva y efectiva.

“

La felicidad se alcanza cuando, lo que uno piensa,
lo que uno dice y lo que uno hace,
están en armonía.

– Mahatma Gandhi.

”

4. MARCO TEÓRICO

La educación es el motor que promueve el bienestar de un país. Detrás de los talentos de las personas están los valores que los vertebran, las actitudes que los impulsan, las competencias que los materializan y los conocimientos que los construyen. El nivel educativo de los ciudadanos determina su capacidad de competir con éxito en el ámbito del panorama internacional y de afrontar los desafíos que se planteen en el futuro. Mejorar el nivel de los ciudadanos en el ámbito educativo supone abrirles las puertas a puestos de trabajo de alta cualificación, lo que representa una apuesta por el crecimiento económico y por un futuro mejor. (LOMCE 2013).

Los procesos de convergencia con la Unión Europea han planteado en España un escenario en el que los objetivos educativos se centran en la formación por competencias. Entre estas, la habilidad para hablar en público forma parte de la mayor parte de las taxonomías de competencias generales, y como tal se considera en la selección de personal (ANSORENA, 1996), mientras que también se relaciona con otras más específicas como el trabajo en equipo, la cooperación, la comunicación oral o el desarrollo de presentaciones. Por su parte, desde la psicología educativa está suficientemente establecida la necesidad de la participación activa del alumno para generar un aprendizaje significativo, siendo a través de tareas que requieren intervenir en público, tales como pedir y dar información, resumir o facilitar la participación, como se logra éste de una manera más eficaz (MERCER, 1997).

Un buen sistema de enseñanza se encuentra bajo un esquema de alineamiento constructivo (JOHN BIGGS 2005) en la medida que existe una correspondencia entre los objetivos del curso, las actividades de aprendizaje, así como el proceso de evaluación. El nivel de aprendizaje de los estudiantes se asocia directamente con el nivel de enseñanza ejercido por el profesor o profesora. En este sentido, el contexto de la enseñanza (objetivos, evaluación, clima, metodología didáctica, exigencias institucionales) está determinado por el nivel de pensamiento de la enseñanza en el que el docente se encuentre.

La comunicación en las aulas ha sido abordada siempre desde el ámbito universitario, existiendo programas muy efectivos (DAMAN 2008 y MONTORIO *et al.* 1996) tanto a nivel personal como grupal y desarrollando experiencias de intervención en espacios educativos (Ellis, 1995). No obstante, apenas se encuentran referencias en el área de la Formación Profesional, aún cuando los contextos de aprendizaje conllevan a situaciones de interacción y de mediación del profesorado que pueden mejorar notablemente las habilidades profesionales, personales y sociales de los estudiantes, así como su competencia básica de comunicación lingüística. (Real Decreto 1147/2011)

El presente proyecto trata de obtener datos sobre la evolución del desarrollo de habilidades de comunicación oral y no verbal a través de técnicas del marketing y la inteligencia emocional entre los estudiantes de ciclo superior de Formación Profesional. Se presentan los resultados de este problema y su relación con otras variables tanto psicológicas y personales como académicas.

“

**Learning takes place through the active behavior
of the student.**

**It is what he does what he learns,
not what the teacher does.**

- Ralph W. Tyler (1949).

”

5. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

La introducción de técnicas de comunicación y marketing por parte de los docentes en el proceso de enseñanza mejora el clima en el aula y la empleabilidad de los alumnos.

VARIABLES DEPENDIENTES E INDEPENDIENTES

De la anterior hipótesis, se extraen las siguientes variables:

V. I: Técnicas de comunicación y marketing en el aula.

V. D: Clima en el aula.

V. D: Empleabilidad.

INDICADORES DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

Para alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de los alumnos de FP se introducen técnicas de comunicación, relacionadas con la unidad de trabajo de Orientación Laboral dentro del módulo de Formación y Orientación Laboral, cuyos objetivos son mejorar el clima en el aula y las relaciones sociales, así como reducir la ansiedad y la inseguridad que supone un proceso de selección para el alumnado, que se enfrentará al mundo laboral en menos de un año.

El **clima en el aula** valora la calidad de las relaciones entre los miembros del ámbito educativo y los sentimientos de aceptación y de rechazo de los demás. Por ende, un buen clima induce a una convivencia más fácil y permite abordar los conflictos en mejores condiciones. Los indicadores serán gestión del cambio, el trabajo en equipo, la capacidad para resolver problemas, la experiencia del estudio de diferentes roles, con perfiles con iniciativa, junto a autonomía son factores que elevarán la

empleabilidad de los alumnos o al menos les ayudarán en las primeras fases del proceso de búsqueda de empleo.

Los objetivos de estos indicadores, según la competencia en comunicación lingüística (LOMCE) son:

- Adquirir estrategias de intervención que inciden en un buen clima social del aula.
- Mejorar la aceptación social entre los estudiantes y la cohesión del grupo de clase
- Fomentar autonomía y automotivación del alumno.
- Mejorar el funcionamiento del aula y establecer un vínculo más sólido con los alumnos.
- Identificar los roles y las dinámicas sociales.

Para cumplir estos objetivos de la investigación, se llevará a cabo un análisis inicial a través de varias encuestas y un sociograma del grupo clase, a partir del cual se diseñará una propuesta de acción para mejorar el clima del aula y la empleabilidad, incorporando diferentes estrategias y haciendo una recomendación de actividades y materiales en función de las necesidades del grupo de clase.

INDICADORES DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

La competencia transversal, que se relaciona con la empleabilidad y el buen clima en el aula, será el desarrollo de habilidades comunicativas, sociales y personales del alumno. Para llevar a cabo la presente investigación, se contará con **dos semanas lectivas**, es decir, seis clases del módulo de FOL en el ciclo superior de Administración de Sistemas Informáticos en Red del Centro Público Integrado de Formación Profesional Los Enlaces. Dichas horas lectivas se encuadran dentro de la programación anual de la asignatura en el bloque de Orientación Laboral.

Los objetivos e indicadores de la introducción de técnicas de comunicación y marketing en el aula, relacionados con las variables de clima en el aula y empleabilidad, son los siguientes:

- Expresar con fluidez y claridad ideas, opiniones y conocimientos.
-

-
- Practicar la escucha activa con los participantes en el proceso comunicativo.
 - Reconocer el lenguaje corporal.
 - Trabajar la paralingüística y su expresión en la voz.
 - Argumentar de manera creativa e individual.
 - Mostrar una actitud asertiva.
 - Estudiar la proxémica y su relación con el espacio personal.

Durante las dos semanas, se llevarán a cabo dinámicas en el aula, se expondrán casos prácticos, se proyectarán clips de vídeo relacionados con el temario del módulo y se expondrá a los alumnos ante situaciones reales para estudiar sus reacciones. Se hablarán de las principales técnicas de la oratoria, se tratarán procedimientos para conocer al alumnado, conocer sus inquietudes y metas y ayudarle a conectar con los contenidos. Pero sobre todo, se trabajará la inteligencia emocional en el aula para emocionar, comunicar con pasión y generar feedback.

Los alumnos conocerán los mecanismos que existen, las estructuras y la intención del mensaje (**saber qué**), a través de las relaciones sociales que surgen en el aula (**saber cómo**), escuchando, contrastando y ofreciendo opiniones que respeten las de otros (**saber ser**).

“

Hay gente que provoca felicidad allá donde va;
otros siempre que se van.

– Oscar Wilde.

”

6. TRABAJO DE CAMPO- PRACTICUM III

Población objeto de estudio: Estudiantes de ciclo medio y superior del módulo de FOL en Formación Profesional.

Selección de la muestra: No probabilística: Estudiantes ciclo superior de Administración de Sistemas Informáticos en Red de la familia de Informática y Comunicaciones del Centro Público Integrado de Formación Profesional Los Enlaces.

El centro tiene por **misión** la formación personal, académica y profesional del alumnado, satisfaciendo las necesidades del entorno socio productivo y fomentando su inserción laboral. Su **visión** es ser referente académico y profesional en las enseñanzas de las familias profesionales, asignadas al centro, fortaleciendo los vínculos con el sistema productivo de la Comunidad Autónoma con otras organizaciones nacionales y del espacio europeo, impulsando el desarrollo de proyectos de innovación y promoviendo la transmisión del conocimiento entre los Centros de Formación Profesional.

Se encuentra situado en el Distrito Oliver-Valdefierro. En estos barrios se desarrollan una gran diversidad de servicios culturales y sociales dirigidos a todos los sectores, no obstante, se echa de menos una mejora de los espacios verdes que hay en esta zona, así como de instalaciones deportivas. Estas necesidades se cubren, en muchas ocasiones, a través de los centros escolares.

Los barrios en los que se ubica el C.P.I.F.P. Los Enlaces son principalmente obreros. El perfil laboral de las familias en esta zona es principalmente del sector secundario. Al ser un sector menos privilegiado en cuanto a recursos y estructura familiar, el paro juvenil se ve aumentado por el fracaso escolar. Cabe destacar que, en este contexto, es mayor la problemática de paro juvenil que en otros rangos de edad. Si bien el Centro se encuentra en este entorno, dadas las familias profesionales que se imparten en el mismo, y que algunas de ellas no se imparten en ningún otro centro de Aragón, el alumnado que asiste

al Centro viene de diferentes puntos de la ciudad, incluso de todos los puntos de la Comunidad, por lo que el perfil es muy diverso y diferente al contexto que le rodea.

Datos sociodemográficos: El número de alumnos de la asignatura de FOL en este ciclo (ASIR) es de ocho: seis chicos y dos chicas, en edades comprendidas entre los dieciocho y veintiún, con Bachillerato como estudios de acceso. Ninguno de ellos trabaja y todos son de nacional española, salvo un colombiano.

Didáctica en el aula: El clima de aprendizaje en el aula está liderado por el profesor, con clases magistrales en las que intercala la resolución de casos prácticos con apuntes teóricos de la materia, siguiendo la programación del centro y basándose en el libro de FOL de la editorial Tu libro de FP en la que además del manual del profesor, se ofrecen las presentaciones de cada bloque y tema dentro del módulo.

Revisión del diseño de la innovación (segundo prototipo), aplicando los indicadores de la variable independiente en el contexto del aula

Finalmente, sin poder hacer encuestas al alumnado, la primera fase de análisis de la situación inicial fueron varias semanas de **observación** por parte de la autora del proyecto y el equipo de prácticas del que forma parte en el centro. Durante estos días se estudió la **convivencia escolar**, los niveles de **autoestima** y se planteó un **sociograma** del grupo de clase con la inestimable ayuda del tutor del centro y otras compañeras de departamento.

Con estos resultados, los comentarios de los profesores y la asignación final de cuatro horas lectivas para desarrollar el proyecto de Innovación, los días de la investigación se estructuraron de manera diferente a como se tenían planteados.

Implementación de la innovación en el aula (mejora continua)

SESIÓN 1: Presentación + 'El método Gronholm' + grabación *role playing*

Presentación de la autora de proyecto a través de una dinámica de introducción-motivación en la que se cuentan dos verdades y una mentira sobre uno mismo para dar paso a las presentaciones de los alumnos con la misma estructura.

Visualización de un clip de la película 'El método Gronholm' (PELAYO GONZÁLEZ 2010) de 12 minutos de duración. A continuación se plantea al grupo aula un *role playing* en el que cada alumno representa un personaje reconocido, bien sea por su maestría con el deporte, la música o ser un personaje histórico, pero uno de ellos debe salir y poder salvarse para llegar a una colonia cercana y contar lo vivido.

Los ocho alumnos de la clase se sientan en círculo, sin barreras físicas y con un papel y boli para tomar notas. La dinámica, que dura 20 minutos, se graba en vídeo para un posterior análisis grupal.

“

Primero tienes que experimentar lo que quieres expresar.

– Vincent Van Gogh.

”

SESIÓN 2: Dinámica comunicación no verbal + Trabajo en equipo Comunicación verbal y no verbal + presentación *branding*

La clase empieza planteando una dinámica con 3 personas que no utilizan palabras, sino números para hablar. El alumnado tiene que descubrir cuáles son los papeles de cada uno: padre, madre e hijo que

intenta conseguir algo y negocia con sus padres: uno es más reticente, mientras el otro se niega por completo.

Durante los próximos veinticinco minutos se trabajará en equipo. Primero por parejas en los que cada uno defiende argumentos en favor de la comunicación verbal o no verbal, después el aula grupo se trabaja en dos equipos (comunicación verbal y no verbal), de cada uno se elige un portavoz y expone ideas de su postura ante la clase sólo utilizando su modalidad.

En los últimos quince se expone una presentación *ad hoc* (ANEXO 1), con ejemplos prácticos y consejos sobre la marca personal.

SESIÓN 3: Análisis del vídeo + Dinámica de grupo + presentación personal + *feedback* bilateral (2 horas)

Con lo visto en las clases anteriores, se reparten la rúbrica de evaluación y una ficha de evaluación personal (ANEXO 2) para que el alumnado tome nota sobre sus propias valoraciones del trabajo individual de cada compañero durante el visionado por partes del vídeo del *role playing* de la primera jornada.

Después, se expone una presentación *ad hoc*, sobre dinámicas de grupo (ANEXO 3) en la que se describen sus fines, presentan trucos y se ofrecen consejos. A continuación, se lleva a cabo una breve dinámica en la que la clase se divide en grupos de 3 personas para buscar la solución a un problema que se plantea y podría ser real.

Durante los próximos 15 minutos, los alumnos tienen que desarrollar en un papel cinco palabras que les definan, para salir después a presentar su proyecto personal al grupo aula en sólo dos minutos. Mientras se suceden las exposiciones personales el resto de compañeros toma nota de los puntos fuertes y débiles de cada ponente (ANEXO 2).

Para cerrar el ciclo sobre habilidades comunicativas en el aula, se abre tiempo para la discusión y el *feedback*, observando la evolución personal del alumnado desde el primer día, hasta el último; haciendo autocrítica y aprendiendo a gestionar los comentarios constructivos con inteligencia emocional. También se expone a este proceso la autora de la investigación.

Evaluación del impacto de la implementación en el aula.

La medición del impacto de la investigación se lleva a cabo a través de una **rúbrica de evaluación** (ANEXO 4), que se entrega a los alumnos el último día de clase cuando se analizan los casos prácticos que ellos mismos han protagonizado, guiados por la autora del proyecto.

El documento, que sirve de guía para la evaluación del alumnado durante la última clase, describe las características de cada hecho y divide la tarea en varios niveles de rendimiento, con el fin de valorar su ejecución y facilitar la retroalimentación final.

Durante el desarrollo de las tres sesiones se cumple los objetivos establecidos para medir los indicadores tanto de las variables dependientes como de las independientes, que persiguen los objetivos globales de la investigación.

“

**La escuela mata la libertad de imaginar y llevar
a cabo sin miedo a la equivocación.**

– Ken Robinson (2006).

”

7. TRATAMIENTO-CODIFICACIÓN Y TABULACIÓN DE LOS DATOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS

La fase del análisis y la recogida de información se ha llevado a cabo a través de un proceso de observación de campo participante desde una perspectiva dialéctica en la que se ha fomentando la comunicación para tomar decisiones y hacer mejorar el trabajo en equipo del grupo aula.

Las técnicas han sido interactivas, porque el observador se ha puesto en contacto directa y personalmente con el hecho y sujetos a investigar, y la información y evaluación final (TABLA 1) de los alumnos-sujetos ha sido mediante una rúbrica, por lo que se han obtenido tanto resultados cuantitativos, como cualitativos.

	Sujeto 1	Sujeto 2	Sujeto 3	Sujeto 4	Sujeto 5	Sujeto 6	Sujeto 7	Sujeto 8
Edad	18	20	21	19	19	18	19	20
Género	Mujer	Hombre	Hombre	Mujer	Hombre	Hombre	Hombre	Hombre
Estudios procedencia	Bachillerato	Bachillerato	Bachillerato	Bachillerato	Bachillerato	Bachillerato	Bachillerato	Bachillerato
País origen	España	España	Colombia	España	España	España	España	España
Volumen de voz	8	7	8	10	7	10	7	9
Postura del cuerpo y contacto visual	9	8	6	6	8	6	7	8
Habla con claridad	10	9	7	7	10	6	7	9
Organización	9	10	7	7	10	6	7	6
Conocimiento tema	9	10	8	10	9	7	9	7
Contestar preguntas	10	9	8	7	8	8	10	7
Errores gramaticales	10	10	7	9	9	8	8	8
Entusiasmo	10	7	7	10	8	10	7	10
Uso del tiempo	9	6	8	7	6	7	6	7
Creatividad	9	6	8	10	8	10	6	10
Escucha activa	10	10	8	7	10	7	10	8
Asertividad	7	10	9	8	9	6	6	9
Fidelización	9	8	8	8	8	8	8	8
Recomendación	10	8	7	8	9	8	7	7
Promoción	8	6	8	9	7	7	7	9

Tabla 1. Información de los sujetos, relacionada con los resultados de su evaluación.

8. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La comunicación es una parte fundamental de la vida humana. Cualquier ser humano se comunica con su madre incluso desde el vientre por medio de la placenta y alrededor de la décima semana, el feto ya se comunica por medio de sus órganos sensoriales. Después del nacimiento y a medida que nuestra vida va desarrollándose el proceso de comunicación se va haciendo más complejo y como ser social nunca deja de aprender.

La etapa de escolarización comienza un desarrollo evolutivo que, en muchas ocasiones, continúa en un proceso de formación superior en el que la comunicación servirá como herramienta poderosa para darle forma al mundo, al contexto personal y permitirá alcanzar objetivos individuales y de grupo (TABLA 2).

	Sujeto 1	Sujeto 2	Sujeto 3	Sujeto 4	Sujeto 5	Sujeto 6	Sujeto 7	Sujeto 8
Volumen de voz	8	7	8	10	7	10	7	9
Postura del cuerpo y contacto visual	9	8	6	6	8	6	7	8
Habla con claridad	10	9	7	7	10	6	7	9
Organización	9	10	7	7	10	6	7	6
Conocimiento tema	9	10	8	10	9	7	9	7
Contestar preguntas	10	9	8	7	8	8	10	7
Errores gramaticales	10	10	7	9	9	8	8	8
Entusiasmo	10	7	7	10	8	10	7	10
Uso del tiempo	9	6	8	7	6	7	6	7
Creatividad	9	6	8	10	8	10	6	10
Escucha activa	10	10	8	7	10	7	10	8
Asertividad	7	10	9	8	9	6	6	9
Fidelización	9	8	8	8	8	8	8	8
Recomendación	10	8	7	8	9	8	7	7
Promoción	8	6	8	9	7	7	7	9
MEDIA	9.13	8.27	7.60	8.20	8.40	7.60	7.47	8.13

Tabla 2. Análisis de los sujetos después de la puesta en práctica de las técnicas de habilidades comunicativas.

Los resultados demuestran que la comunicación ha ayudado al grupo clase a desarrollar técnicas de comunicación verbal y no verbal que les llevará a generar un mejor clima en el aula, debido a una mejor autonomía y automotivación del alumno, una clara mejora de la escucha activa y el entusiasmo para trabajar en equipo, aspectos con los que tienen una mayor probabilidad de empleabilidad.

Se observa también que la **nota media del grupo aula** es de un 8.1 por lo que la puntuación general de los alumnos es media-alta y puede interpretarse con una alta motivación por la comprensión del contenido y la utilidad. El sujeto uno es el que más nota ha conseguido, mientras que el sujeto siete el que está más alejado de la media.

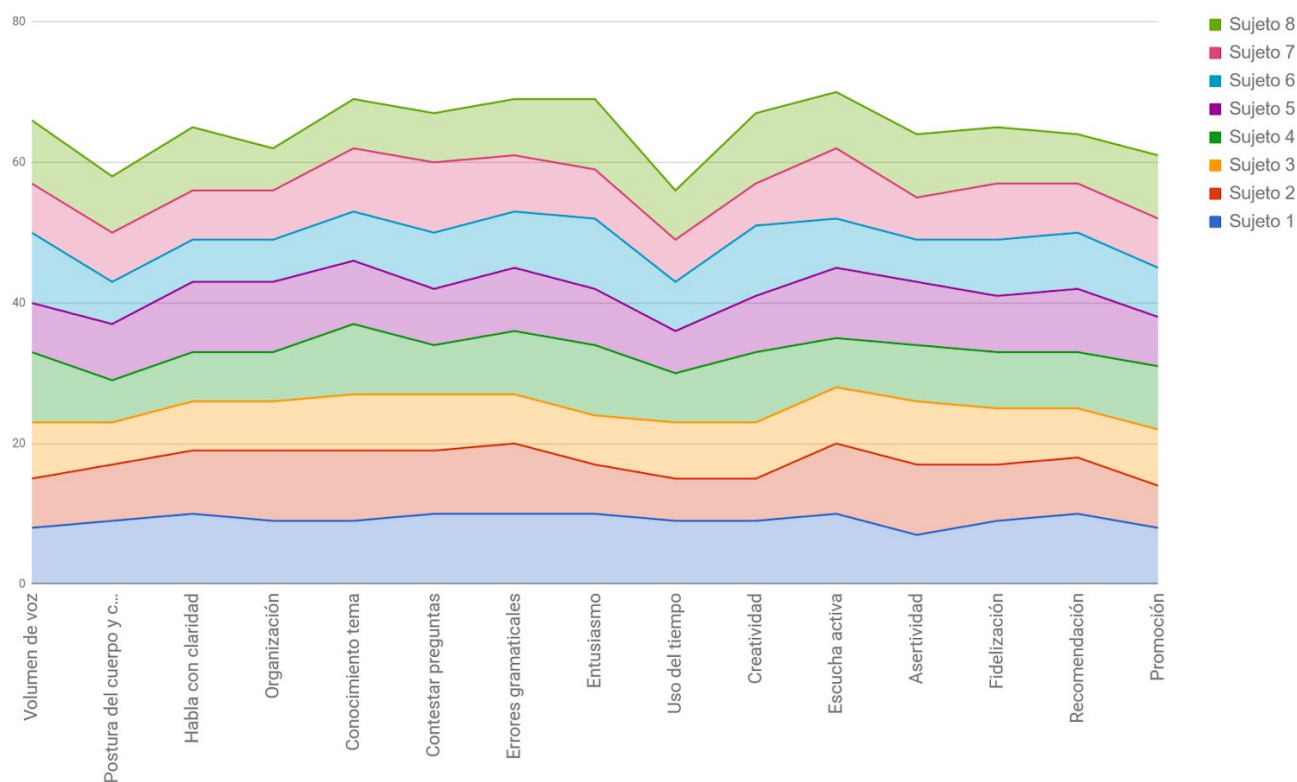


Tabla 3.Resultados de cada uno de los ítems ponderados entre cada sujeto. .

Desde el punto de vista de los doce ítems utilizados, se puede resaltar que los alumnos no se comunican si no conocen el tema, cometen escasos errores gramaticales, muestran mucho entusiasmo por la clase y son capaces de escuchar activamente a sus interlocutores.

Por otro lado, se destaca como tienen que seguir trabajando el uso del tiempo y la postura corporal y la mirada, junto con otros rasgos de la comunicación no verbal.

Por último, se hace mención al cálculo de la **desviación típica** que da como resultado 0.54, lo que indica que los valores resultantes están cerca de la media del grupo aula y todos los alumnos han aprendido de forma similar y gradual. Un resultado debido en gran medida al desarrollo de trabajo cooperativo y por equipos que han llevado a cabo los alumnos.

9. CONCLUSIONES (EVALUACIÓN E INNOVACIÓN)

- Los alumnos se sienten motivados ante el cambio de metodología y didáctica tradicional en el aula, si les haces partícipes e incitas a participar de la clase, se integran, reciben mejor el feedback y trabajan más cómodos.
 - Según el resultado final de la curva de aprendizaje, los estudiantes han aprendido de forma similar, debido al trabajo cooperativo y en equipo en el que el objetivo es grupal y todos deben conseguirlo.
 - Les resulta complicado trabajar la gestión del tiempo, algunos se quedan cortos en sus exposiciones personales y otros se extienden demasiado, sin llegar a concluir en sus competencias personales destacables.
 - Son escuchantes activos, siempre que sienten implicación con el tema. Es importante motivarlos para ser creativos, sin miedo al error, para que se sientan motivados y participen activamente en el proceso de comunicación.
 - Han mejorado en comunicación no verbal, pero continúa siendo un aspecto que deben trabajar, aunque han aprendido de la cercanía que transmite una sonrisa, la diferencia entre los códigos de vestimenta en función del puesto a desempeñar o toda la información que ofrece el tono de la voz.
-

-
- Se muestran fieles a los compañeros con los que han trabajado y, en muchas ocasiones, son reticentes a cambiar de equipo para trabajar, pero les cuesta hablar de sí mismos desde una visión positiva, hablando de sus competencias y aptitudes.
 - Todos los alumnos vienen de cursar estudios de Bachillerato por lo que los errores gramaticales son escasos, salvo cuando improvisan demasiado y las frases pueden alargarse más de lo necesario.
 - Aprender a comunicarse, mediante el empleo de habilidades verbales y no verbales a la hora de expresarse y relacionarse de forma positiva y efectiva, construir relaciones, estableciendo y manteniendo e intercambiando conexiones saludables y positivas con otras personas y grupos, les ha llevado a gestionar conflictos o dificultades atendiendo a las necesidades de todas las personas implicadas y consiguiendo la satisfacción de todos, sin manipular ni dejarse manipular.
 - Los alumnos han adquirido competencias sobre comunicación y trabajo en equipo que hacen que mejore el clima en el aula y su empleabilidad futura, puesto que han mejorado las dos aptitudes más demandadas por las empresas (ADECCO 2016).

“

**Lo más importante de la comunicación
es escuchar lo que no se dice.**

– Peter Drucker.

”

10. REFERENCIAS

Adecco. (2016). *Informe Infoempleo Adecco*. Recuperado de: <https://adecco.es/wp-content/uploads/2017/11/Informe-Infoempleo-Adecco.-Oferta-y-demanda-de-empleo.pdf>

Algún día en alguna parte. (2015) *Entrevista Emilio Lledó (TVE 2010)*. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=cSebKdqU-_U

Ansorena A. (1996). *15 pasos para la selección de personal con éxito*. Ediciones Paidós. British Council Spain. (2011). *Experiencia: Disfrutar para aprender*. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?time_continue=19&v=xMwFq4i51qQ

Biggs, John. (2005). *Calidad del aprendizaje universitario*. Narcea.

Bloom, B. (1956) *Taxonomía de los objetivos de la educación: la clasificación de las metas educacionales: manuales I y II*. Buenos Aires.

Guillén, J. (2014). *Sonreir, una cuestión de actitud*. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=x2-f88WeCA8>.

Damman, E. J (2008). Communication apprehension, information technology fluency, and internet access as factors affecting college students' participation in in-class and online discussion. *Dissertation Abstracts International Section A: Humanities and Social Sciences*, 68.

Ellis, K. (1995). Apprehension, self-perceived competency, and teacher immediacy in the laboratory-supported public speaking course: trends and relationship. *Communication Education*, 44, 64-78.

Eriña de Castro, I. (2009). *La importancia de una buena comunicación en el aula: Solución de conflictos*. Universidad Europea de Madrid.

Fernández Berrocal, P. y Ramos Díaz, N. (2001). *Corazones inteligentes*. Capítulos La Comunicación y La educación. Barcelona. Kairós.

Gutiérrez, M. (2017). *Emociones para captar clientes*. Polonia. Amazon.

Habaci, Ibrahim. (2013) *Effective Communication in Educational Administration*. US-China Education. Review September 2013. Vol 3. No. 9 p690-702.

Instituto Gestalt de Canarias. (2014). *Conferencia Luis Rojas Marcos*. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=7e0OI460KgY>

Kawasaki, G. (2011). *El arte de cautivar*. Nueva York. Booket.

Ley Orgánica para la mejora de la calidad educativa (LOMCE) (Ley Orgánica 8/2013, 9 de diciembre). *Boletín Oficial del Estado*, no 295. 2013, 10 diciembre.

Lindstrom, M. (2008). *Buyology. Verdades y mentiras de por qué compramos*. Booket.

Mercer, N. (1997). *La construcción guiada del conocimiento*. Barcelona, Paidós.

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. *Todo sobre FP*. Recuperado de: <http://www.todofp.es/sobre-fp.html>

Montorio, I., Fernández, M., Lázaro, S. y López, A. (1996). Dificultad para hablar en público en el ámbito universitario. Eficacia de un programa para su control. *Ansiedad y Estrés*, 2, 227-244.

Observatorio de Innovación en el Empleo de Adecco. Recuperado de: <https://oie.es/es/>

ORDEN de 8 de julio de 2011, de la Consejera de Educación, Cultura y Deporte, por la que se establece el currículo del título de Técnico Superior en Desarrollo de Aplicaciones Web para la Comunidad Autónoma de Aragón. *Boletín Oficial de Aragón*, no 148. 2011, 11 julio.

Orejudo, S.; Nuño, J.; Ramos, T., Herrero, M. L. y Fernández-Turrado, T. (2005). *Competencias desde la perspectiva intercultural para el grado de educación infantil*. Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado , 8 (1).

Pelayo González, J. (2010). *El método Gronholm Ejemplo negociación*. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=tbhfbqMvxQI>

Pérez-Barco, M.J. (20/06/2016). Lo que aporta saber hablar en público en tu carrera. *ABC Economía*. Recuperado de: http://www.abc.es/economia/abci-aporta-saber-hablar-publico-carrera-201606200142_noticia.html

Real Decreto por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo (RD 1147/2011, 29 de julio). *Boletín Oficial del Estado*, no 182. 2011, 30 julio.

TED. (2006). *Las escuelas matan la creatividad. Sir Ken Robinson*. Recuperado de: <http://www.youtube.com/watch?v=nPB-41q97zg>

TED. (2011). *Usemos el video para reinventar la educación. Salman Khan*. Recuperado de: https://www.ted.com/talks/salman_khan_let_s_use_video_to_reinvent_education?language=es#t-1208037

Tyler, R.W. (1949) *Basic principles of curriculum and instruction*. Chicago.

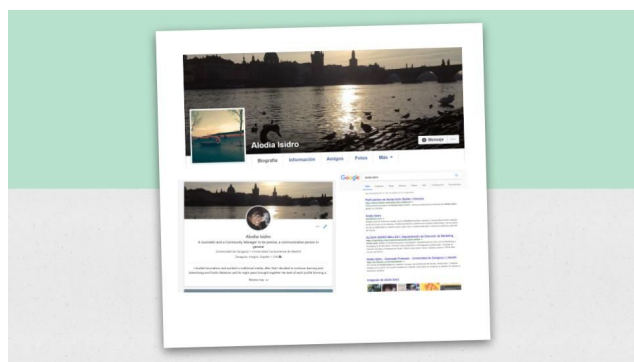
XL Semanal (15/04/2012). Estos profesores están revolucionando la enseñanza. *XL Semanal*.

13. ANEXOS

Anexo 1 PRESENTACIÓN MARCA PERSONAL

MARCA PERSONAL

Alodia Isidro
ASIR Mayo 2018



MARCA PERSONAL

Imagen de marca que creas alrededor de ti mismo a nivel profesional.

Todo el mundo tiene su propia marca personal

Imagen de marca que creas alrededor de ti mismo a nivel profesional.

- 1.- Define tu nombre.
- 2.- Define tu objetivo.
- 3.- Define tu público objetivo.
- 4.- Define tu tono.
- 5.- Define tus palabras claves.
- 6.- Crea tu mensaje.
- 7.- Crea tu imagen.
- 8.- Coloca un tiempo.
- 9.- Corre la voz.
- 10.- Cuida tu Branding.



Análisis DAFO			
Fortalezas	Debilidades	Oportunidades	Amenazas
¿Cuáles son tus fortalezas? ¿Qué haces mejor que los demás? ¿Qué capacidades y recursos únicos posees?	¿Cuáles son tus debilidades? ¿Qué hacen tus competidores mejor que tú? ¿Qué puedes mejorar dada la situación actual? ¿Qué perciben los demás como tus debilidades?	¿Qué tendencias o condiciones te pueden afectar de forma positiva? ¿Qué circunstancias mejoran la situación de la empresa?	¿Qué tendencias o condiciones pueden afectar negativamente a tu compañía? ¿Qué hacen tus competidores que te pueda afectar negativamente?

Análisis DAFO			
Fortalezas	Debilidades	Oportunidades	Amenazas
¿Cuáles son tus fortalezas? ¿Qué haces mejor que los demás? ¿Qué capacidades y recursos únicos posees?	¿Cuáles son tus debilidades? ¿Qué hacen tus competidores mejor que tú? ¿Qué puedes mejorar dada la situación actual? ¿Qué perciben los demás como tus debilidades?	¿Qué tendencias o condiciones te pueden afectar de forma positiva? ¿Qué circunstancias mejoran la situación de la empresa?	¿Qué tendencias o condiciones pueden afectar negativamente a tu compañía? ¿Qué hacen tus competidores que te pueda afectar negativamente?

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Antipático@ - Timidez - Mentiroso@ - Indecis@ o insegur@ - Desleal - Ansiedad - Desconfiad@ - Con miedo 	<ul style="list-style-type: none"> - Legislación - Inflación - EREs - Desempleo - Escasez oferta laboral - Recortes - Crisis económica - Poco recursos financieros
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Amable - Perseverante - Sinceridad - Veracidad/energético - Creativ@ - Fiable - Soñad@ - Prudente - Resiliente - Integr@ u honest@ - Optimista 	<ul style="list-style-type: none"> - Emprendimiento o autoempleo - Las TIC's (Tecnologías de la Información y Comunicación) - Ayudarnos mutuamente siendo solidarios (si se puede)

¡¡A VOLAR ALTO!!

Alodia Isidro
hola@alodiaisidro.com

Anexo 2 FICHA ALUMNOS

ANÁLISIS HABILIDADES COMUNICACIÓN VERBAL Y NO VERBAL

Locutor	Contextualización	Estructuración	Densidad informativa	Distanciación	Aproximación	Paralingüística	Lenguaje no verbal	Creatividad	Escucha activa
Observaciones									

Locutor	Contextualización	Estructuración	Densidad informativa	Distanciación	Aproximación	Paralingüística	Lenguaje no verbal	Creatividad	Escucha activa
Observaciones									

Anexo 3 PRESENTACIÓN DINÁMICAS DE GRUPO + DINÁMICA

DINÁMICAS DE GRUPO

Alodia Isidro
ASIR Mayo 2018

COMO SE PLANTEAN

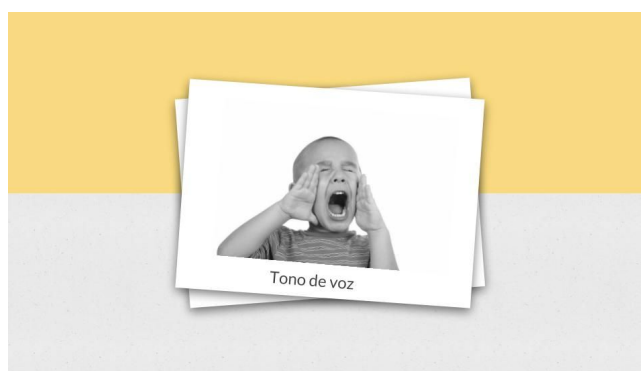
- Consiste en la presentación de una situación, que puede ser **real o ficticia**.
- Hay que tratar de argumentar, convencer y llegar a un **punto de acuerdo** entre todos para finalmente, proponer la decisión final.
- El reclutador estará observando y evaluará: **comunicación verbal, no verbal, interacción, conocimientos, actitudes...**

OBJETIVO

- **Observar** al candidato.
- Evaluar habilidades, **competencias y capacidades**.
- Currículum en "vivo".

Personalidad	Liderazgo	Trabajo en equipo
Madurez	Control del tiempo	Orientación a la cooperación/apoyo
Creatividad e innovación	Planificación/organización	Competición/conflicto
Estabilidad emocional	Capacidad de comunicación	Escucha activa
Adaptabilidad/flexibilidad	Capacidad y estilo de liderazgo	Habilidad de negociación
Independencia	Resolución	Habilidad de toma de decisiones
Tolerancia a la presión	Capacidad de análisis	Habilidad de resolución de problemas
Aceptación de riesgos	Capacidad de síntesis	
Asertividad	Empatía	
Iniciativa		
Convicción		
Seguridad		

IMPORTANTE



CONSEJOS

- Lee atentamente las instrucciones. Ten claro el tiempo a dedicar.
- **Participa** (sin pasarte). Deja hablar a todos los miembros.
- **Escucha** con atención.
- "¿Y tú qué opinas (Nombre)?"
- Ante una solución intenta terminar siempre con "¿Qué os parece?"
- "Mantén" tu opinión. Si te exponen argumentos razonables **puedes o debes** cambiarla.
- Sé tú mismo.

Manera de vestir

Higiene

Chicle

Móvil

Puntualidad

Dar la mano

Postura corporal

Manías o tics

Gesticulación

Expresión facial

Sonrisa

Mirada

DINÁMICA DE GRUPO

Grupos de 3-4 personas

Estás conduciendo tu coche en una noche de tormenta terrible. Pasas por una parada de autobús donde se encuentran tres personas esperando:

1. Una anciana que parece a punto de morir.
2. Un viejo amigo que te salvó la vida una vez.
3. El hombre perfecto o la mujer de tus sueños.

¿A cuál llevarías en el coche, si sólo tienes sitio para un pasajero?

SOLUCIÓN

"Le daría las llaves del coche a mi amigo, y le pediría que llevara a la anciana al hospital, mientras yo me quedaría esperando el autobús con la mujer de mis sueños."

Anexo 4 RÚBRICA DE EVALUACIÓN

Actividad individual	Nivel de competencia 4 (8-10 puntos)	Nivel de competencia 3 (5-7 puntos)	Nivel de competencia 2 (3-4 puntos)	Nivel de competencia 1 (0-2 puntos)
Volumen de voz	El volumen es lo suficientemente alto para ser escuchado por todos los miembros de la audiencia en toda la presentación.	El volumen es lo suficientemente alto para ser escuchado por todos los miembros de la audiencia en al menos el 90% del tiempo.	El volumen es lo suficientemente alto para ser escuchado por todos los miembros de la audiencia en al menos el 60% del tiempo.	El volumen con frecuencia es muy débil para ser escuchado por todos los miembros de la audiencia.
Postura del cuerpo y contacto visual	Siempre tiene buena postura y se proyecta seguro/a de sí mismo/a. Establece contacto visual con todas las personas en el aula durante la presentación.	Casi siempre tiene buena postura y establece contacto visual con casi todas las personas en el aula durante la presentación.	Algunas veces tiene buena postura y de vez en cuando establece contacto visual.	Tiene mala postura y/o no mira a las personas durante la presentación.
Habla con claridad	Habla claramente (95%-100%).	Habla claramente casi todo el tiempo (80%-95%).	Habla claramente la mayor parte del tiempo (70%-85%).	A menudo habla entre dientes o no se le puede entender.
Organización	Presenta la información de forma lógica e interesante para que la audiencia la pueda seguir.	Presenta la información utilizando una secuencia lógica para que la audiencia la pueda seguir.	La audiencia tiene algunas dificultades para seguir la presentación porque se pasa de un tema a otro.	La audiencia no puede entender la presentación debido a que no sigue un orden adecuado.

Conocimiento tema	Demuestra un conocimiento completo del tema.	Demuestra conocimiento del tema.	Demuestra conocimiento de partes del tema.	No parece conocer muy bien el tema.
Contestar preguntas	El estudiante puede contestar con precisión a todas las preguntas planteadas sobre el tema por sus compañeros/as de clase.	El estudiante puede contestar a la mayoría de las preguntas planteadas sobre el tema por sus compañeros/as de clase.	El estudiante puede contestar unas pocas preguntas planteadas sobre el tema por sus compañeros/as de clase.	El estudiante no puede contestar las preguntas planteadas sobre el tema por sus compañeros/as de clase.
Errores gramaticales	La presentación no tiene errores gramaticales.	La presentación tiene menos de dos errores gramaticales.	La presentación tiene tres errores gramaticales.	La presentación tiene cuatro o más errores gramaticales.
Entusiasmo	Expresiones faciales y lenguaje corporal generan un fuerte interés y entusiasmo sobre el tema en la audiencia.	Expresiones faciales y lenguaje corporal algunas veces generan interés y entusiasmo sobre el tema en la audiencia.	Expresiones faciales y lenguaje corporal son usados para tratar de generar entusiasmo, pero parecen ser fingidos.	Muy poco uso de expresiones faciales o lenguaje corporal. No genera interés en la forma de presentar el tema.
Uso del tiempo	Utiliza el tiempo adecuadamente y logra discutir todos los aspectos de su trabajo.	Utiliza el tiempo adecuadamente pero al final tiene que cubrir algunos tópicos con prisa.	Termina antes de lo previsto.	Termina muy pronto o no logra terminar su presentación en el tiempo asignado.
Creatividad	Presenta el material creativamente y de forma espontánea.	Hay aspectos del tema que son tratados con originalidad.	Poca variación; poca originalidad.	Repetitivo/a; ninguna originalidad.
Escucha activa	Escucha activamente a sus compañeros y hace comentarios al respecto.	Escucha a sus compañeros y algunos comentarios relacionados.	Parece ausente en ocasiones e introduce datos aleatorios a la conversación.	No escucha a sus compañeros y comenta lo que cree oportuno.
Asertividad	Es capaz de expresar sentimientos positivos y negativos con mucha claridad, sin poner excusas, ni justificaciones. Acepta críticas.	Es capaz de expresar sentimientos, pero en el 20% de las ocasiones pone excusas.	Es capaz de expresar sus sentimientos, pero el 50% de las ocasiones pone excusas o no es muy claro.	No expresa sus sentimientos.
Fidelización	Consigue crear un	Consigue crear	Rara vez consigue	No ha conseguido

	sentimiento de fidelización en sus compañeros en todos sus ideas, comentarios y acciones.	sentimiento de fidelización sólo en ocasiones.	crear fidelización.	que nadie le siga con sus ideas, opiniones o acciones.
Recomendación	Sus compañeros por iniciativa propia hablan de él / ella como el compañero/ compañera ideal.	Sus compañeros no hablan de él / ella si no se les pregunta directamente. .	Sus compañeros prefieren evitar trabajar con él / ella.	Sus compañeros no quieren trabajar con él / ella.
Promoción	Se conoce muy bien, por lo que ensalza sus puntos fuertes y deja a un lado las debilidades.	Sabe cuáles son sus fortalezas, pero no sabe ensalzarlas.	Habla por igual de si mismo sobre sus fortalezas y debilidades.	No sabe cuáles son sus fortalezas.

Anexo 2

Diseño de actividades

Alodia Isidro Bellido

Máster del Profesorado. Admon y Comercio.

Año académico 2017/2018

Universidad de Zaragoza



Índice

Diario de clase.....	2
Unidad de trabajo y diseño actividades	
Contextualización y perfil del alumnado	5
Descripción de la Unidad de Trabajo	6
Objetivos	6
Contenidos de Aprendizaje.....	7
Metodología.....	7
Medidas adaptativas a alumnado con necesidades especiales.....	8
Actividades de Enseñanza-Aprendizaje.....	8
Recursos.....	15
Temporalización.....	16
Evaluación (criterios/actividades auto evaluadoras).....	16
Validación de la Unidad de Trabajo.....	17

Diario de clase

Desafortunadamente, sólo he podido acudir a las clases los martes, puesto que los jueves imparto clase en la universidad de Teruel, tal y como comencé al comienzo de la asignatura. Así pues, mi diario sólo será de las clases de los martes.

13 de febrero

- Presentación de las actividades voluntarias (De banqueros, reporteros, glosadores y pregoneros anda el juego) y de las actividades obligatorias (Banco de recursos y Glosario de términos).
- Visualización de la inspiradora charla TedX Barcelona de César Bona, en la que describe su forma de entender la escuela y habla de una “escuela del aprendizaje de por vida, porque si dejamos de aprender seremos personas disfuncionales de por vida”. Habla también de educar en el respeto, la sensibilidad y los valores, fomentando la creatividad y la pasión individual.
- Estudiamos un cuestionario que nos llevará a conocer a nuestros alumnos, el primer paso para empezar por el proceso de la docencia.
- Propuesta de tarea en Moodle sobre diferencias entre un blog y una *wiki*.

20 de febrero

- Visualización del capítulo de Redes, en el que Punset entrevista al Premio Príncipe de Asturias, Howard Gardner, sobre su trabajo con las Inteligencias múltiples. Una teoría que hace unos años propuso un cambio de paradigma en cómo medir el IQ, puesto que hasta entonces sólo se tenían en cuenta las inteligencias lógico-matemático y la lingüística.

La conclusión a la que llega en el reportaje es que todos somos diferentes y siempre hay algo que se nos dará bien, sólo hay que descubrir qué.

- Realización individual de un test de inteligencias múltiples en el que nos muestra qué tipo de inteligencia tenemos más desarrollada. En mi caso las dos primeras son la interpersonal y la espacial, seguidas de la física cinestésica.
- Ejemplo del uso de simuladores de Formación Profesional en la página del Ministerio de Educación: www.educacion.es.

27 de febrero

- Análisis DAFO de forma personal y como docente:
 - D: Hablo demasiado rápido, a veces no hago silencios y puede influir a que no se asienten conceptos.
 - A: Distracción de los alumnos si no soy capaz de motivarlos.
 - F: Buen humor, flexibilidad y tono alto de voz.
 - O: Aprovechar los comentarios de los alumnos que brindan para crear debate.
- Visualización de los recursos de gamificación de Javier Espinosa. La conclusión a la que se llega en clase es que, como recurso, forma parte de las metodologías activas que sirven para motivar al alumnado, pero no sirven para todo.
- Exposición de los compañeros sobre herramientas 3.0:
 - Edpuzzle: edición de vídeo, pero con supervisión/acceso del profesor.
 - Powtown: presentación de un vídeo.
 - Nimbus: plataforma de libros, documentos específicos.

6 de marzo

Acudimos a la charla de Meritxell Obiols en la que presenta, dentro de una jornada para los alumnos del máster de Educación Socioemocional, su libro Coaching para todos, coescrito con Alejandro Fiol.

Durante la charla, la autora definió el coaching como una actividad diseñada a la medida de cada persona en función de sus necesidades y problemas. Así en función de la tipología de tu público, tienes que actuar de una u otra manera:

- Tipología física (*lo que hacen*): necesita actividad física, acción.
- Tipología emocional (*lo que sienten*): necesita tomar conciencia de sus emociones, las adapta y expresa. No necesita que le aconsejes, sólo que le escuches.
- Tipología mental (*lo que piensan*): necesita descubrir su juego interior, tener conciencia de sus pensamientos.

Desde mi punto de vista una jornada muy enriquecedora en la que se trabajó la inteligencia emocional y la manera de poner nombre a los sentimientos.

13 de marzo

Las actividades son los procesos a través de los cuales los alumnos entran en contacto con los contenidos de la materia. Por ello, durante esta sesión el docente hace hincapié en una serie de características que debe contener un buen diseño de actividades: coherencia, flexibilidad, relevancia y validez.

Asimismo, destaca como estas deben desarrollarse siempre a partir de los conocimientos de los alumnos, por lo que deben ser adaptables y tener una finalidad propia.

Se recuperan algunas recomendaciones:

- Todo objetivo debe ser evaluable, aunque no calificable.
- Las actividades deben promover la formación entre iguales.
- Se debe motivar a los alumnos.
- Las partes más importantes en la planificación de una actividad son el tiempo, el espacio y el agrupamiento.

20 de marzo

- Sesión informativa sobre el Practicum II de forma conjunta entre el docente de la asignatura y su compañero Jesús Cuevas.
- Estudio de las unidades de trabajo a través de la visualización de un vídeo explicativo de una Unidad Didáctica:
 - Descripción de la unidad (nombre de ésta, legislación, conocimientos previos, actividades, número de sesiones)
 - Objetivos didácticos (generales-específicos);
 - Contenidos de aprendizaje;
 - Secuencia de actividades (adecuar la actividad al perfil del alumnado);
 - Recursos materiales;
 - Temporalización (planificación)
 - Evaluación (criterios/actividades auto evaluadoras).

27 de marzo

- Trabajo en clase por grupos sobre una unidad de trabajo (previamente entregada por el profesor de forma física) que contiene errores que debe marcar cada equipo para después poner en común y en la pizarra con el resto de compañeros y grupos.
- Exposición de compañeros: Socrative y Mentimeter.

22 de mayo

- El docente desarrolla la exposición del documento sobre evaluación de Moodle en el que se recogen diferentes técnicas sobre cómo evaluar las actividades.
- Exposición propia sobre las herramientas Prezi (presentaciones digitales) y Cmap (mapas conceptuales) y los términos 'competencias' y 'contextualización de actividades'.
- Exposición de otras compañeras de los términos 'portfolio' y 'método de enseñanza'.

Unidad de trabajo de Orientación Laboral

Contextualización y perfil del alumnado

Alumnos del ciclo formativo superior de Marketing y Publicidad, de la familia profesional de Comercio y Marketing, en el CPIFP Los Enlaces, cuyas cualificaciones profesionales son:

- Nivel 2

IMS434_2 - Animación musical y visual en vivo y en directo.

IMS435_2 - Operaciones de producción de laboratorio de imagen.

IMS436_2 - Operaciones de sonido.

- Nivel 3

IMS074_3 - Asistencia a la producción en televisión.

IMS075_3 - Luminotecnia para el espectáculo en vivo.

IMS076_3 - Animación 2d y 3d.

IMS077_3 - Asistencia a la realización en televisión.

IMS220_3 - Asistencia a la dirección cinematográfica y de obras audiovisuales.

IMS221_3 - Asistencia a la producción cinematográfica y de obras audiovisuales.

IMS294_3 - Cámara de cine, vídeo y televisión.

IMS295_3 - Desarrollo de productos audiovisuales multimedia interactivos.

IMS296_3 - Montaje y postproducción de audiovisuales.

IMS437_3 - Asistencia a la producción de espectáculos en vivo y eventos.

IMS438_3 - Desarrollo de proyectos y control de sonido en audiovisuales, radio e industria discográfica.

IMS439_3 - Desarrollo de proyectos y control de sonido en vivo y en instalaciones fijas.

IMS440_3 - Producción en laboratorio de imagen.

IMS441_3 - Producción fotográfica.

IMS442_3 - Regiduría de espectáculos en vivo y eventos.

Dentro del ciclo superior, la unidad de trabajo que se lleva a cabo a continuación es la relativa a la Orientación Laboral, dentro del módulo, cursado durante el primer año, de Formación y Orientación Laboral (FOL).

El centro de CPIFP Los Enlaces es un centro orientado exclusivamente a estudios de formación profesional, en el que los alumnos pueden cursar ciclos formativos de grado medio y superior de tres familias. Estudios y aprendizajes encaminados a la inserción, reinserción y actualización laboral.

Descripción de la Unidad de Trabajo

- **DENOMINACIÓN MÓDULO PROFESIONAL ELEGIDO:** Formación y Orientación Laboral.
- **HORAS TOTAL MÓDULO:** 96 horas (3 horas por semana).
- **DENOMINACIÓN UNIDAD DE TRABAJO ELEGIDA:** Orientación Laboral.
- **HORAS TOTAL UNIDAD:** 6 horas
- **REFERENTE EUROPEO:** Consultar en Centro Nacional Europass y el Catálogo Nacional de Suplementos al Título de Técnico de Formación Profesional para saber especificaciones de cada país.
- **RD TÍTULO LOE:** Real Decreto 1571/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad y se fijan sus enseñanzas mínimas.
- **ORDEN CURRÍCULO ARAGÓN:** ORDEN de 8 de mayo de 2014, de la Consejera de Educación, Universidad, Cultura y Deporte, por la que se establece el currículo del título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad para la Comunidad Autónoma de Aragón, como ámbito autonómico.

Objetivos

- **OBJETIVO GENERAL:** Favorecer la inserción laboral de los estudiantes, dotándolos de las herramientas y competencias que faciliten la búsqueda de empleo y el autoempleo, para desarrollar su carrera profesional en el sector.
- **OBJETIVOS ESPECÍFICOS CONCEPTUALES:**
 - Conocer las nuevas situaciones laborales para la búsqueda de empleo.
 - Conocer los itinerarios formativos en el sistema reglado.
 - Conocer retos que puedan presentarse en los procesos y en la organización del trabajo y de la vida personal.
 - Conocer técnicas de liderazgo, motivación, comunicación y trabajo en equipo.
 - Conocer principales elementos de un currículum vitae.
- **OBJETIVOS ESPECÍFICOS PROCEDIMENTALES:**
 - Analizar y utilizar los recursos y oportunidades de aprendizaje relacionados con la evolución científica, tecnológica y organizativa del sector y las tecnologías de la información y la comunicación.
 - Participar activamente en portales de empleo.
 - Trabajar las competencias profesionales y personales.

- Saber actuar en una entrevista de trabajo.
- Saber gestionar un conflicto en cualquier ámbito.

● **OBJETIVOS ESPECÍFICOS ACTITUDINALES:**

- Mantener el espíritu de actualización y adaptarse a nuevas situaciones laborales y personales.
- Desarrollar la creatividad y el espíritu de innovación para responder a los retos que se presentan en los procesos y en la organización del trabajo y de la vida personal.
- Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencias.
- Facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo, a través de técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo.
- Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.

Contenidos de Aprendizaje

1. El manejo de las fuentes de información sobre el sistema educativo y laboral, en especial en lo referente a las empresas.
2. La realización de pruebas de orientación y dinámicas sobre la propia personalidad y el desarrollo de las habilidades sociales.
3. La preparación y realización de modelos de curriculum vitae (CV) y entrevistas de trabajo.

Metodología

El objetivo principal del docente es motivar a los alumnos a través de la metodología. Por ende, se llevan a cabo sesiones teóricas y prácticas en las que se busca constantemente la participación del alumno para fomentar sus habilidades sociales y trabajar sus competencias de trabajo en equipo y comunicación.

Se desarrollan ejemplos de casos prácticos reales en los que el alumno debe tomar decisiones en base a los conocimientos aportados en el aula u otras en las que evalúa sus conocimientos de una manera diferente.

Medidas adaptativas a alumnado con necesidades especiales

El CPIFP Los Enlaces cuenta con un programa de Adaptación para los alumnos con necesidades especiales, por lo que esta Unidad de Trabajo se acoge a todas las recomendaciones, consejos, criterios y requisitos que plantea. Así, se desarrollaran todas las modificaciones relacionadas en los términos relacionados con el acceso a las actividades que vayamos a realizar para los alumnos con discapacidad física (eliminación de barreras arquitectónicas, adaptaciones, buscar lugares apropiados, etc.) y las ayudas técnicas necesarias y humanas en el caso de alumnos con discapacidad auditiva o visual.

Por otro lado, se debe tener en cuenta que las actividades no pueden implicar una reducción en los contenidos del módulo ya que no está permitido realizar una adaptación curricular en la formación profesional. El planteamiento de las actividades se ajustará a las necesidades de los estudiantes, para recoger las diferentes necesidades y pudiendo presentar diferentes ritmos de trabajo y niveles de resolución.

Actividades de Enseñanza-Aprendizaje

Actividad 1: Dos verdades y una mentira	
Tipo de actividad	Introducción- motivación.
Tiempo estimado	15 minutos.
Agrupamiento	Grupo aula.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none">● Introducir interés y motivación de los alumnos ante el profesor.● Conocer a los alumnos y que se conozcan entre ellos.● Desarrollar la competencia de comunicación lingüística.
Desarrollo	Presentación personal de todos los componentes del grupo aula para darle a conocer. La persona que tiene la palabra dice dos verdades y una mentira sobre sí mismo. El resto del grupo debe adivinar cuál es el hecho no cierto, para que el interlocutor cuente, para terminar, una historia que esté relacionada.
Metodología	Primero habla la profesora para romper el hielo y después el resto de alumnos de uno en uno empezando por las últimas filas y siguiendo un orden hacia delante.
Recursos	Espacio aula.
Criterios de Evaluación	Fomentar el desarrollo personal de los alumnos.

Actividad 2: Role playing	
Tipo de actividad	Evaluación.
Tiempo estimado	35 minutos.
Agrupamiento	Grupo aula, sentados en círculo, grupos de 6-8 personas. .
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar la creatividad y el espíritu de innovación para responder a los retos que se presentan en los procesos y en la organización del trabajo y de la vida personal. • Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencias. • Facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo, a través de técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo. • Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.
Desarrollo	<p>Los grupos trabajan la misma situación y con los mismos roles.</p> <p>En una posible Tercera Guerra Mundial en el 2020, cada alumno representa un personaje reconocido, bien sea por su maestría con el deporte, la música o ser un personaje histórico, encerrados en un búnker. La situación a la que se enfrentan es que sólo quedan víveres para uno de ellos, por lo que han planeado que este saldrá y acudirá a una colonia cercana para contar lo vivido.</p>
Metodología	Los alumnos de la clase se sientan en círculo, sin barreras físicas y con un papel y boli para tomar notas. La dinámica se graba en vídeo para un posterior análisis grupal.
Recursos	Espacio aula + papel + bolígrafo.
Criterios de Evaluación	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicación de las estrategias del trabajo en equipo, valorando su eficacia y eficiencia para la consecución de los objetivos de la organización. • Se ha realizado la valoración de la personalidad, aspiraciones, actitudes y formación propia para la toma de decisiones.

Actividad 3: Comunicación no verbal	
Tipo de actividad	Ampliación- refuerzo.
Tiempo estimado	10 minutos.
Agrupamiento	3 alumnos elegidos al azar.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer retos que puedan presentarse en los procesos y en la organización del trabajo y de la vida personal. • Trabajar las competencias profesionales y personales.
Desarrollo	Tres personas que no utilizan palabras, sino números para hablar.
Metodología	<p>Las tres personas que salen al centro de la clase son alumnos con los que previamente y elegidos por pregunta (Necesito tres personas para un papel protagonista, ¿quién se anima?) se ha explicado el desarrollo de la dinámica.</p> <p>Por su parte, el resto del alumnado tiene que descubrir a través del tono, los gestos, la mirada o la postura cuáles son los papeles de cada uno: padre, madre e hijo, que intenta conseguir algo y negocia con sus padres: uno es más reticente, mientras el otro se niega por completo.</p>
Recursos	Espacio aula.
Criterios de Evaluación	Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.

Actividad 4: DAFO personal	
Tipo de actividad	Aplicación.
Tiempo estimado	10 minutos.
Agrupamiento	Aula de informática en la que trabajan de forma individual.
Objetivos	Trabajar las competencias profesionales y personales.
Desarrollo	Los alumnos de forma individual llevan a cabo su propio DAFO personal.
Metodología	<p>Explicación con ejemplo personal por parte del docente de qué es un DAFO y las ventajas que tiene para autoanalizarse profesionalmente. A continuación trabajo individual, supervisado en todo momento por el docente que se pasea por las mesas resolviendo dudas o ayudando en los <i>puntos muertos</i>.</p>
Recursos	Espacio aula + papel + bolígrafo.
Criterios de Evaluación	Se ha realizado la valoración de la personalidad, aspiraciones, actitudes y formación propia para la toma de decisiones.

Actividad 5: Test de Inteligencia emocional	
Tipo de actividad	Ampliación y refuerzo
Tiempo estimado	10 minutos.
Agrupamiento	Aula de informática en la que trabajan de forma individual.
Objetivos	Trabajar las competencias profesionales y personales.
Desarrollo	Los alumnos de forma individual llevan a cabo un test sobre inteligencia emocional, para saber cuánto de asertivos, empáticos o resilientes son.
Metodología	Desarrollo test del libro de FOL (P. 272).
Recursos	Espacio aula + papel + bolígrafo.
Criterios de Evaluación	Se ha realizado la valoración de la personalidad, aspiraciones, actitudes y formación propia para la toma de decisiones.

Actividad 6: LinkedIn	
Tipo de actividad	Desarrollo y aprendizaje.
Tiempo estimado	30 minutos.
Agrupamiento	Aula de informática en la que trabajan de forma individual.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer las nuevas situaciones laborales para la búsqueda de empleo. • Trabajar las competencias profesionales y personales. • Mantener el espíritu de actualización y adaptarse a nuevas situaciones laborales y personales. • Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación. • Participar activamente en portales de empleo.
Desarrollo	El docente explica qué es LinkedIn y cómo se ha convertido en el mejor portal de empleo para los alumnos de Marketing y a continuación, los alumnos, de forma individual, desarrollan su propio perfil de LinkedIn.
Metodología	Explicación por parte del docente de qué es LinkedIn con una breve presentación visual para dar paso al tiempo de trabajo individual en el que cada alumno va creando su propio perfil en la red social profesional. El docente pasará por las mesas para resolver dudas o hacer preguntas orientativas si ve que el alumnado anda perdido.
Recursos	Espacio aula informática + ordenadores personales.

Criterios de Evaluación	Selección oportunidades de empleo, identificando diferentes posibilidades de inserción y las alternativas de aprendizaje a lo largo de la vida.
--------------------------------	---

Actividad 7: Errores entrevista de trabajo	
Tipo de actividad	Evaluación.
Tiempo estimado	30 minutos.
Agrupamiento	Grupo aula.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer retos que puedan presentarse en los procesos y en la organización del trabajo y de la vida personal. • Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación. • Saber actuar en una entrevista de trabajo. • Saber gestionar un conflicto en cualquier ámbito. • Desarrollar la creatividad y el espíritu de innovación para responder a los retos que se presentan en los procesos y en la organización del trabajo y de la vida personal. • Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencias.
Desarrollo	Visualización de varios vídeos (dos-cuatro minutos) en los que se cometen graves errores en una entrevista de trabajo.
Metodología	El docente proyecta los vídeos y después de cada uno hace preguntas a los alumnos sobre qué han visto mal en el vídeo y ellos cómo lo solucionarían.
Recursos	Espacio aula, proyector, acceso a Internet y sistema de sonido.
Criterios de Evaluación	<ul style="list-style-type: none"> • Selección oportunidades de empleo, identificando las diferentes posibilidades de inserción y las alternativas de aprendizaje a lo largo de la vida. • Se ha fomentado el desarrollo personal del alumno.

Actividad 8: Plantillas CV	
Tipo de actividad	Ampliación-refuerzo
Tiempo estimado	10 minutos.
Agrupamiento	Grupo aula.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación. • Desarrollar la creatividad y el espíritu de innovación para responder a los retos que se presentan en los procesos y en la organización del trabajo y de la vida personal. • Mantener el espíritu de actualización y adaptarse a nuevas situaciones laborales y personales. • Conocer principales elementos de un currículum vitae.
Desarrollo	Breve explicación sobre los elementos esenciales para hacer un currículum y envío de link con plantillas descargables gratuitas para hacer su propio CV.
Metodología	Explicación con apoyo visual en una diapositiva para que los alumnos vean los elementos mientras se les explica. Después de esto, se envía, vía mail el enlace a las plantillas descargables.
Recursos	Espacio aula, proyector, acceso a Internet.
Criterios de Evaluación	<ul style="list-style-type: none"> • Selección oportunidades de empleo, identificando las diferentes posibilidades de inserción y las alternativas de aprendizaje a lo largo de la vida. • Se ha transmitido todas las fuentes de información que se conocen. • Se ha propuesto actualizar contenidos para ofrecer las últimas novedades en la búsqueda de empleo. • Se ha ofrecido todas las técnicas que se conocen para fomentar las competencias del alumnado.

Actividad 9: Reto Orientación laboral	
Tipo de actividad	Ampliación-refuerzo
Tiempo estimado	35 minutos.
Agrupamiento	Grupo aula.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar y utilizar los recursos y oportunidades de aprendizaje relacionados con la evolución científica, tecnológica y organizativa del sector y las tecnologías de la información y la comunicación. • Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación. • Desarrollar la creatividad y el espíritu de innovación para responder a los retos que se presentan en los procesos y en la organización del trabajo y de la vida personal. • Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencias.
Desarrollo	Se plantea a los alumnos un caso real de una persona que no sabe cómo orientar su marca personal ante una entrevista de trabajo muy bien definida en Pikolín.
Metodología	Metodología ABP a través de la proyección de un vídeo que genera debate y opiniones después.
Recursos	Espacio aula, proyector, acceso a Internet.
Criterios de Evaluación	<ul style="list-style-type: none"> • Se ha ayudado a describir la marca personal del alumno. • Selección oportunidades de empleo, identificando las diferentes posibilidades de inserción y las alternativas de aprendizaje a lo largo de la vida. • Se ha ofrecido todas las técnicas que se conocen para fomentar las competencias del alumnado.

Actividad 10: Mapa conceptual	
Tipo de actividad	Evaluación - calificación
Tiempo estimado	50 minutos.
Agrupamiento	Grupo aula, por parejas.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Calificar el trabajo de los alumnos durante la Unidad Didáctica. • Trabajar las competencias profesionales y personales.
Desarrollo	Los alumnos, por parejas, llevan a cabo un mapa conceptual con las principales ideas de la Unidad de Trabajo sobre Orientación Laboral
Metodología	El docente requiere de los 50 minutos de la clase para que los alumnos desarrollen un mapa conceptual sobre la Unidad de Trabajo. Pide trabajo por parejas y deja total libertad sobre el diseño del mismo. La actividad, evaluable a través de una rúbrica, será el modo de que los alumnos obtenga su calificación en esta parte del módulo.
Recursos	Grupo aula + papel + boli
Criterios de Evaluación	<ul style="list-style-type: none"> • Selección oportunidades de empleo, identificando las diferentes posibilidades de inserción y las alternativas de aprendizaje a lo largo de la vida. • Aplicación de las estrategias del trabajo en equipo, valorando su eficacia y eficiencia para la consecución de los objetivos de la organización. • Inserción laboral estudiantes. • Transmisión de herramientas y competencias. • Seguimiento Unidad de trabajo.

Recursos

- Libro de FOL de la editorial Tu libro de FOL.
- Material ofrecido por el docente.
- TICs: acceso a Internet, proyector, vídeos, cámara de vídeo
- Aula con espacio para mover mobiliario.
- Ordenador personal.

Temporalización

Sesión (50 min.)/ Actividad	Uno	Dos	Tres	Cuatro	Cinco	Seis
Dos verdades y una mentira	15 minutos					
Role playing	35 minutos					
Comunicación no verbal		10 minutos				
DAFO personal			10 minutos			
Test inteligencia emocional			10 minutos			
Perfil LinkedIn			30 minutos			
Errores entrevista de trabajo				30 minutos		
Plantillas CV				10 minutos		
Reto Orientación Laboral					35 minutos	
Mapa conceptual						50 minutos

Evaluación

EVALUACIÓN ALUMNOS

- Selección oportunidades de empleo, identificando las diferentes posibilidades de inserción y las alternativas de aprendizaje a lo largo de la vida.
 - a. Se ha valorado la importancia de la formación permanente como factor clave para la empleabilidad y la adaptación a las exigencias del proceso productivo.
 - b. Se han identificado los itinerarios formativo-profesionales relacionados con el perfil profesional del técnico superior en Marketing y Publicidad.
 - c. Se han determinado las aptitudes y actitudes requeridas para la actividad profesional relacionada con el perfil del título.

- d. Se han identificado los principales yacimientos de empleo y de inserción laboral para el técnico superior en Marketing y Publicidad.
- e. Se han determinado las técnicas utilizadas en el proceso de búsqueda de empleo.
- f. Se han previsto las alternativas de autoempleo en los sectores profesionales relacionados con el título.
- g. Se ha realizado la valoración de la personalidad, aspiraciones, actitudes y formación propia para la toma de decisiones.
- h. Se han valorado las ventajas del trabajo en equipo en situaciones de trabajo relacionadas con el perfil del técnico superior en Marketing y Publicidad.
- Aplicación de las estrategias del trabajo en equipo, valorando su eficacia y eficiencia para la consecución de los objetivos de la organización.
 - a. Se han identificado los equipos de trabajo que pueden constituirse en una situación real de trabajo.
 - b. Se han determinado las características del equipo de trabajo eficaz frente a los equipos ineficaces.
 - c. Se ha valorado positivamente la necesaria existencia de diversidad de roles y opiniones asumidos por los miembros de un equipo.
 - d. Se ha reconocido la posible existencia de conflicto entre los miembros de un grupo como un aspecto característico de las organizaciones.
 - e. Se han identificado los tipos de conflictos y sus fuentes.
 - f. Se han determinado procedimientos para la resolución del conflicto.

AUTOEVALUACIÓN DOCENTE

1. Inserción laboral estudiantes.
 - a. Se ha transmitido todas las fuentes de información que se conocen.
 - b. Se ha propuesto actualizar contenidos para ofrecer las últimas novedades en la búsqueda de empleo.
 - c. Se ha ayudado a describir la marca personal de cada alumno.
2. Transmisión de herramientas y competencias.
 - a. Se ha fomentado el desarrollo personal del alumnado.
 - b. Se ha ofrecido todas las técnicas que se conocen para fomentar las competencias del alumnado.
 - c. Se ha valorado el trabajo individual y en equipo.
3. Seguimiento Unidad de trabajo.
 - a. Análisis diario del seguimiento o no de la unidad de trabajo.
 - b. Anotar mejoras y críticas y en la medida de lo posible cambiar mientras el desarrollo.



- Descripción de la Unidad de Trabajo
- Objetivos y Competencias ✓
- Contenidos de Aprendizaje ✓
- Contextualización y perfil del alumnado ✓
- Metodología ✓
- Medidas adaptativas a alumnado con necesidades especiales ✓
- 10 Actividades de Enseñanza-Aprendizaje ✓
- Recursos ✓
- Temporalización ✓
- Evaluación ✓