



**Universitat**  
de les Illes Balears

## **TREBALL DE FI DE MÀSTER**

# **COMUNICACIÓ CREATIVA: EINES I ESTRATÈGIES PER IMPLANTAR A LA FORMACIÓ PROFESSIONAL**

**Isabel M<sup>a</sup> Crespí Miquel**

**Màster Universitari Formació del Professorat**

**(Especialitat/Itinerari de *Tecnologia de Serveis*)**

**Centre d'Estudis de Postgrau**

**Any acadèmic 2019-20**

# **COMUNICACIÓ CREATIVA: EINES I ESTRATÈGIES PER IMPLANTAR A LA FORMACIÓ PROFESSIONAL**

**Isabel M<sup>a</sup> Crespí Miquel**

**Treball de Fi de Màster**

**Centre d'Estudis de Postgrau**

**Universitat de les Illes Balears**

**Any acadèmic 2019-20**

Paraules clau del treball:

Estratègies de Màrqueting, Formació del Professorat, Comunicació, Habilitats i competències, Formació Professional

*Nom de la tutora del treball: Elisa Ribas Galumbo*

## Resum

---

La comunicació és un pilar fonamental per aconseguir millorar i adaptar el procés d'ensenyament-aprenentatge a la demanda educativa i professional del s. XXI. Al llarg d'aquest Treball de Fi de Màster posarem de manifest la importància que té pel sistema educatiu el fet que els docents i l'alumnat adquireixin habilitats i competències comunicatives per tal d'obtenir els resultats desitjats. Partint d'aquesta idea, recalcarem la necessitat d'ampliar la formació permanent del professorat en aquest aspecte i també de fomentar la seva creativitat comunicativa. Considerant que aquests conceptes es recullen a la normativa però no es contempen gaire a la pràctica, en aquest treball exposarem que aprendre i ensenyar habilitats comunicatives genera canvis positius no només a les aules sinó també a tota la comunitat educativa. A banda d'això, presentarem algunes eines i estratègies comunicatives que s'utilitzen en el món empresarial actual atès que la seva implantació és de molta utilitat pels docents, sobretot, pel que fa a la Formació Professional. El que valorarem en aquest TFM serà la possibilitat d'implantar una metodologia que s'adeqüi a les necessitats educatives i professionals actuals, així com, analitzar els avantatges que ofereix el món de la comunicació a l'hora de pal·liar la problemàtica existent en el sistema educatiu actual de la Formació Professional.

## Índex

---

<b>1. Introducció</b>	<b>1</b>
<b>2. Objectius del treball</b>	<b>2</b>
<b>3. Justificació del tema</b>	<b>3</b>
<b>4. Estat de la qüestió</b>	<b>9</b>
4.1 Problemàtica educativa a l'FP	9
4.2 Formació del professorat i qualitat educativa	14
4.2.1 Oferta en formació permanent del professorat	17
4.2.2 Programes per a la millora de la qualitat de l'FP	20
4.4 Referents educatius: Tknika i el model ETHAZI	22
<b>5. Marc Teòric</b>	<b>25</b>
5.1 El sector empresarial i la innovació metodològica a l'FP	25
5.2 Competència comunicativa	28
5.3 Estratègies comunicatives i empresarials a la docència	30
5.3.1 Comunicació creativa	33
<b>6. Desenvolupament de la proposta</b>	<b>41</b>
6.1 Contextualització	41
6.2 Descripció i objectiu de la proposta formativa	42
6.2.1 Avantatges	45
6.3 Metodologia	48
6.4 Activitats	49
6.5 Avaluació	50
<b>7. Conclusions</b>	<b>55</b>
<b>8. Bibliografia</b>	<b>57</b>
<b>9. Annexos</b>	<b>68</b>

## 1. Introducció

---

*“La comunicació és normalment un procés doble: d’una banda, algú tracta d’enviar un missatge; de l’altra, algú tracta d’entendre’l” Edward de Bono*

La comunicació té un paper clau en la societat actual, no només pel fet de ser inherent a l’ésser humà, sinó perquè ens permet transformar la societat. És per aquest motiu que, en aquest Treball Final de Màster, recalcarem la importància que té l’aplicació de la comunicació creativa en el Sistema Educatiu de la Formació Professional (FP) en tant que les eines i estratègies que la precedeixen són de les més utilitzades en l’àmbit empresarial i institucional des de fa molts d’anys.

Al llarg del treball exposarem que l’acte comunicatiu és molt més que informar, parlar o dialogar. Comunicar és compartir coneixements i sabers amb la intenció clara de transformar el pensament o el comportament de l’individu/s a qui va adreçat el missatge. En tant que el poder transformador de la comunicació és tan gran que seria un error creure que ser un bon comunicador/a és qüestió d’atzar. Dit això i, fent menció del llibre de Watzlawick (2014), afirmem que, en tant que *no és possible no comunicar* cal que, almenys els docents, adquiriguem les competències i l’habilitat de poder fer-ho bé dins l’aula. Per tot això, i per la influència que considerem que té a l’hora de millorar la problemàtica que envolta la Formació Professional del moment, farem especial èmfasi en la diferència que suposa el fet de fomentar o no les competències en comunicació creativa del docent de l’FP.

Dit això, més enllà de la transmissió de coneixements, a la proposta educativa exposarem també les possibilitats que la comunicació creativa permet a l’hora d’implantar un projecte innovador, en el marc del CFGS de Màrqueting i Publicitat, que sigui capaç d’adaptar-se a les necessitats reals de l’alumnat i de tota la comunitat educativa en general.

Finalitzarem el TFM fent una reflexió final sobre els elements principals tractats, tots aquests relacionats amb els objectius plantejats, destacant la relació existent entre la consecució d’aquests amb el paper comunicador dels docents.

## 2. Objectius del treball

---

Per elaborar els objectius del present treball, hem considerat oportú prendre de referència la normativa vigent, de manera que s'han tingut en consideració un seguit de documents normatius:

- Resolució de la directora general de Formació Professional i Formació del Professorat de 18 de juny de 2019 per la qual s'aproven les bases reguladores del Programa de Gestió de Qualitat i Millora Contínua a la Formació Professional, basat en la Norma ISO 9001, en centres integrats de formació professional i en els ensenyaments de formació professional que s'imparteixen als centres públics a les Illes Balears (BOIB, 22/6/2019, núm. 83).
- Ordre ECI/3858/2007, de 27 de desembre, per la qual s'estableixen els requisits per a la verificació dels títols universitaris oficials que habilitin per a l'exercici de les professions de Professor d'Educació Secundària Obligatòria i Batxillerat, Formació Professional i Ensenyaments d'Idiomes (BOE, 29/12/2007, núm. 312)

En base a aquests, els objectius principals d'aquest Treball de Fi de Màster són:

- Desenvolupar estratègies utilitzades del món del màrqueting i la comunicació per motivar i enriquir el procés d'ensenyament-aprenentatge del professorat i l'alumnat de la FP.
- Implantar metodologies innovadores que relacionin de manera interdisciplinària el CFGS de Màrqueting i Publicitat amb el món laboral.
- Demostrar la importància de les competències i habilitats comunicatives dels docents per motivar i satisfer les expectatives i necessitats de l'alumnat.
- Analitzar els possibles factors que expliquen la desmotivació de professors i alumnes durant el procés d'ensenyament-aprenentatge.

- Manifestar la necessitat de formació del professorat envers l'aplicació de metodologies innovadores a l'FP per tal d'aconseguir una major implicació de l'alumnat i pal·liar les taxes d'abandonament escolar.
- Apostar per millorar els resultats del centre així com aconseguir l'èxit educatiu de l'alumnat de la FP, satisfent les seves necessitats i expectatives.

Per altra banda, els objectius que assolirem amb la realització d'aquest treball són:

- Demostrar els coneixements en Comunicació, així com saber-los implantar i relacionar amb els continguts curriculars dels mòduls de l'especialització, adaptant-los a les necessitats actuals de la professió.
- Proposar estratègies que estimulin i promoguin l'esforç de l'alumnat i la seva capacitat d'autoaprenentatge, el treball cooperatiu, l'esperit crítica, la seva autonomia, confiança i la iniciativa personal i professional.
- Fomentar un clima positiu a l'aula dissenyant plans que fomentin la interacció i la resolució de conflictes, la millora d'habilitats comunicatives i creatives per pal·liar les disfuncions que afecten l'aprenentatge.
- Analitzar la normativa del sistema educatiu i proposar iniciatives que millorin la qualitat dels centres i la cooperació entre els professionals de l'educació i la comunitat.
- Recollir el conjunt de sabers, experiències i reflexions crítiques desenvolupades al llarg del Màster en Formació del Professorat.

### **3. Justificació del tema**

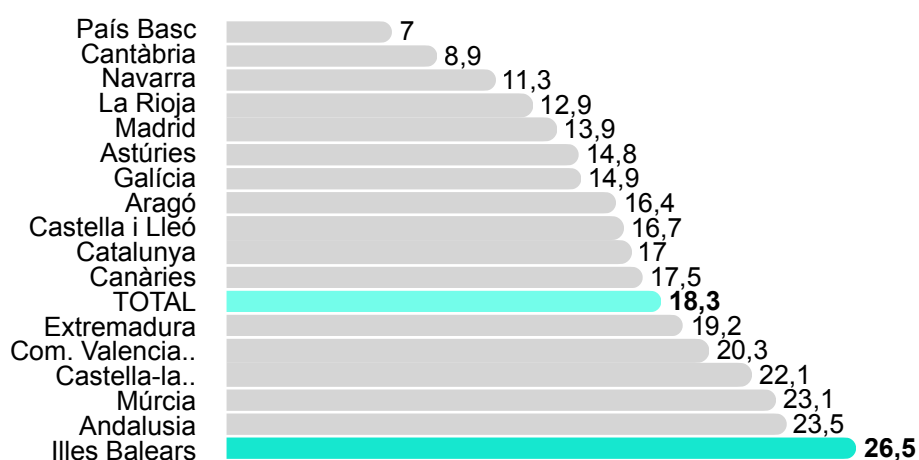
---

*“L'aprenentatge ocorre quan algú vol aprendre” Roger Schank*

La motivació principal per dur a terme aquest Treball de Fi de Màster és posar de manifest que ensenyar és molt més que transmetre coneixements als alumnes. El vertader repte de qui estima la docència va molt més enllà; és aconseguir que l'alumnat tingui ganes d'aprendre i contagiar entusiasme a tots aquells/es alumnes que han perdut l'interès per seguir formant-se (Vaello Orts,

2013). En aquest sentit, tenint en compte que el context educatiu de la Formació Professional a les Illes Balears destaca per la manca de motivació i implicació de l'alumnat, considerem que el docent d'avui hauria de formar-se en molts altres aspectes més enllà de la seva especialitat per poder fer front a la nova situació (vegeu annex 1).

Segons les dades estadístiques que recollim a continuació, observem com la taxa d'abandonament escolar prematur<sup>1</sup> a les Balears era capdavantera d'entre totes les comunitats de l'Estat espanyol l'any 2017:



**Gràfic 1.** Taxes d'abandonament escolar prematur per CCAA (2017), adaptat de l'“Anàlisi de la inserció laboral dels titulats en formació professional a les Illes Balears: cursos acadèmics 2012-13 a 2017-18”. Consultat de <http://www.caib.es/sites/observatorideltreball/ca/anuals-10654/>

Atenint-nos a les xifres, considerem oportú destinar part del nostre treball a analitzar quines són les alternatives que poden ajudar a pal·liar aquesta situació. Ara bé, el que pretenem, més enllà d'analitzar el problema, és identificar els factors que el causen i què podem fer per evitar-los. En primer lloc, serà imprescindible analitzar les característiques pròpies del sistema educatiu en la Formació Professional, les competències que ha de tenir el professorat del s. XXI i quines estratègies s'han d'emprar per poder crear un clima d'aula favorable ja que, aquest no sorgirà de forma espontània si el docent no posa interès en potenciar-ho (Vaello Orts, 2013).

<sup>1</sup> Representa la població de 18 a 24 anys que no ha completat el grau d'educació secundària de segona etapa i no segueix cap tipus d'educació o formació.



Un altre punt que explica l'elecció del tema és l'afany d'acabar amb la tendència que segueixen alguns informes i professionals educatius respecte a responsabilitzar a l'alumnat de gran part del fracàs escolar. Entenent que la visió que hem de projectar és que, tal com indica la Llei Orgànica 2/2006, de 3 de maig, d'Educació:

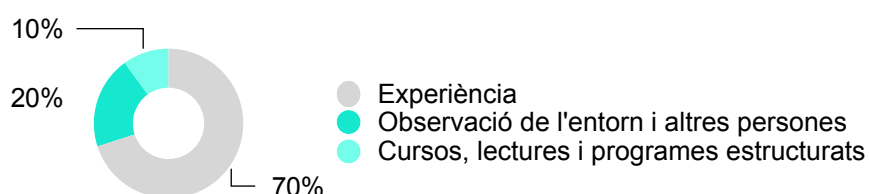
la responsabilitat de l'èxit escolar de tot l'alumnat no sols recau sobre l'alumnat individualment considerat, sinó també sobre les seves famílies, el professorat, els centres docents, les Administracions educatives i, en última instància, sobre la societat en el seu conjunt, responsable última de la qualitat del sistema educatiu. (BOE, 04/05/2006, núm. 106)

El que pretenem provocar amb aquesta premisa és la reflexió sobre si l'alumnat és realment el culpable de les creixents xifres d'absentisme i d'abandonament escolar o, per contra, no és més que una víctima d'un sistema educatiu poc adaptat a les seves necessitats. En base a això, considerem que l'educació (i encara més si ens enfoquem en la Formació Professional), s'ha de centrar més en identificar quines són les necessitats reals de l'alumnat a més de les taxes de titulats. Considerem que és prioritari que l'oferta educativa se centri en cobrir les necessitats de l'alumnat i en adaptar el procés d'ensenyament-aprenentatge a la realitat canviant del sector empresarial i laboral actual. Si el que és pretén és pal·liar les conductes de desmotivació de l'alumnat és necessari establir vies de comunicació i cooperació entre aquests i el sector empresarial durant tot el procés formatiu i no només durant la realització del mòdul de *Formació en Centres de Treball*. A tal efecte, cal destacar que en els darrers anys han sorgit nous programes educatius com ara la Formació Dual i els Certificats de Professionalitat (Annex 2) però, malgrat que podem afirmar que aquests hagin significat un avenç important dintre del sector educatiu i laboral, considerem que encara presenten certes limitacions (oferta, requisits d'accés, etc.).

Una funció del professorat serà, per tant, analitzar i conèixer tot el que envolta els agents implicats en el procés d'ensenyament-aprenentatge dels Cicles de Formació Professional per tal d'adequar al màxim les programacions a un

model globalitzat i intermodular. D'aquesta manera també es facilitarà l'intercanvi comunicatiu (*feedback*) que permetrà millorar, adaptar i transformar l'oferta formativa atenent-se a les particularitats de casos particulars (atensió a la diversitat). Respecte això, ens plantejarem també si els docents d'avui dia estan degudament capacitats per posar-se al capdavant d'un grup-classe en tant que, la seva tasca no només es basa en transmetre els coneixements que té a l'alumnat, sinó també en connectar amb aquest fins al punt de captar la seva atenció i mantenir-los motivats durant el procés formatiu.

Un altre aspecte que ens crida l'atenció i creiem que hem d'exposar, és que una de les limitacions més grans de l'FP a les Balears és que no ha deixat de seguir una metodologia tradicional. D'aquesta manera, valorarem la implantació d'estratègies efectives per transformar els mètodes utilitzats fins aleshores a l'FP. Per això, proposarem incrementar la formació professional del professorat en termes de comunicació creativa per poder dissenyar un projecte interdisciplinari fonamentat en la innovació del sector empresarial. Cal recalcar que aquest tipus d'ensenyament es fonamenta en centrar l'aprenentatge dels individus en base a treballar els continguts a partir d'experiències que els aproparan a les característiques laborals. Aquest tipus de model es fonamenta en el sistema 70:20:10 (Lombardo i Eichinger, 2011), el qual estableix que qualsevol individu desenvolupa el seu coneixement atenent-se a les proporcions següents:



**Gràfic 2.** Taxes d'abandonament escolar prematur per CCAA (2017), extret de "Anàlisi de la inserció laboral dels titulats en formació professional a les Illes Balears: cursos acadèmics 2012-13 a 2017-18". Consultat de <http://www.caib.es/sites/observatorideltreball/ca/anuals-10654/>

Per reforçar aquesta idea ens basarem també en la Resolució del conseller d'Educació i Universitat de dia 16 de març de 2016 per la qual s'aprova el Pla quadriennal de formació permanent del professorat 2016-2020 on:

Tot indica que la major part del que aprenem és per mitjà de la pròpia experiència quan ens enfrontam amb problemes nous, una altra part és per mitjà del que ensenyam a altres persones —o en interactuar-hi— i només una petita part és pel que escoltam quan algú ens explica algun contingut. Si això és així, perd molt de sentit basar exclusivament la formació en activitats en què un expert transmet uns coneixements als participants de l'activitat. Caldrà promoure la formació per resoldre problemes que poden aparèixer en l'exercici professional i per aprendre junts compartint les experiències. (BOIB, 2016, p.8913)

No podem deixar de banda que, per tal que aquesta nova proposta metodològica sigui exitosa caldrà que s'ofereixin cursos de formació per al professorat, els quals centraran en l'ensenyament d'estratègies efectives utilitzades a les organitzacions empresarials, i entre aquestes, els centres educatius més innovadors. Ara bé, cal allunyar-se d'associar les alternatives innovadores amb la idea de que l'objectiu és motivar l'entreteniment de l'alumnat ja que aquesta no és a la llarga una necessitat real. La necessitat real de l'alumnat de l'FP és *aprendre a fer per*, una vegada entrin a formar part del sistema laboral, puguin demostrar la seva competència professional. Per tant, serà important centrar-se no només en oferir continguts o metodologies motivadores basades en les Tecnologies de la Informació i la Comunicació (TIC), sinó en oferir eines i estratègies que es puguin implantar i resultin ser d'utilitat per garantir el desenvolupament de competències i habilitats adaptades a les exigències dels futurs professionals. En aquest treball valorarem els beneficis que aportarà al sistema educatiu el fet que el docent conegui i posi en pràctica les estratègies pròpies de la comunicació creativa, ja que aquestes poden ser motius suficients per aconseguir motivar, engrescar i mantenir l'alumnat dintre del sistema educatiu assegurant així l'èxit escolar.

Retornant a la formació del professorat, assenyalem l'escassa formació del professorat en aspectes que considerem importants i que, per tant, s'haurien de tenir en consideració. Tal com hem pogut observar a la web *Formació i innovació educativa de les Illes Balears*, actualment existeixen infinitat de cursos en formació docent respecte a les TIC però no hem trobat cap classe de formació que contempli l'aprenentatge d'estratègies comunicatives, creatives o de màrqueting com a eix principal. D'aquest fet ens sorgeix una preocupació: com adquireixen els docents les competències i les habilitats comunicatives necessàries per exercir la seva professió? Estan els docents d'avui capacitats adaptar-se amb facilitat als reptes que planteja l'educació i el món empresarial del s. XXI?

Un dels errors que hem identificat i analitzarem en aquest treball és, com hem pogut comentar, que els ensenyaments de l'FP segueixen aplicant estratègies educatives tradicionals a la diferència que, en els darrers anys, s'han introduït recursos "innovadors" com les TIC, essent des del nostre punt de vista, una idea poc encertada del que ha de ser la innovació educativa. Les estratègies que proposem pretenen ser senzilles, fàcils d'aplicar i eficaces per facilitar que els docents puguin posar-les en pràctica en el dia a dia a les aules (Vaello Orts, 2013). En qualsevol cas, es tracta de buscar alternatives formatives que permetin, ja sigui mitjançant programes institucionals, projectes innovadors i/o mitjançant metodologies, una certa flexibilitat per executar-se sense estar subjectes a les circumstàncies i característiques d'una Comunitat Educativa determinada.

Per tant, amb aquest TFM pretenem plantejar una proposta que demostrï que la Formació Professional és molt més profitosa si s'allunya del model educatiu convencional atesos que la finalitat d'aquests estudis està enfocada al món laboral i no tant en el procés educatiu com a tal. En general, els alumnes que senten que formen part d'un projecte on la seva tasca és reconeguda, valorada i avaluada per agents externs fan un canvi actitudinal molt gran. El grau d'implicació, l'afany de superació i la passió que posen a les tasques per tal que el resultat sigui exitós és molt més elevat a diferència de casos on

l'aprenentatge és molt més teòric i individual. De la mateixa manera, també es pot observar una millora en la capacitat de treballar amb els companys i de relacionar-se amb gran part de la comunitat educativa. En definitiva fer-los sentir que són una part important dintre i fora de l'aula suposa un canvi positiu respecte a la conducta, motivació i, per descomptat, en el seu procés d'aprenentatge. Ara bé, perquè tot això pugui succeir no basta en dissenyar projectes sinó que dependrà molt de les capacitats comunicatives i de lideratge que tingui el professorat durant tot el procés d'ensenyament-aprenentatge.

Acabarem aquest apartat exposant que, segons un article publicat a la revista *Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, pels empresaris/es és realment interessant i útil conèixer què poden fer els caps de l'empresa o organització per influir positivament en l'eficiència dels treballadors que té al seu càrrec. Per tal de descobrir-ho, un grup d'investigadores de la Universitat de les Illes Balears, va dur a terme un estudi sobre el tema, resultats del qual corroboren la importància i el poder que tenen les habilitats comunicatives dels líders empresarials a l'hora d'influir en la motivació, la percepció d'autoeficàcia<sup>2</sup> i la satisfacció de les persones que conformen un determinat equip (Ramis Palmer, Manassero Mas, Ferrer Pérez i García-Buades, 2007). És per tant, en base al resultat d'aquest estudi que neix el nostre l'interès per enfocar el resultat de l'estudi adaptant-la al sistema educatiu, entenent que els centres escolars, són en essència, una organització que sustenta la seva existència en cobrir les necessitats dels individus de componen la societat.

#### 4. Estat de la qüestió

---

##### 4.1 Problemàtica educativa a l'FP

*“Es presta massa atenció a la conducta del líder i massa poca als desitjos i expectatives que tenen els seguidors del líder”.* **Fernández Terreros**

---

<sup>2</sup> En psicologia, creença que un/a té en sí mateix/a per ser capaç de tenir èxit en situacions específiques, per exemple, a l'hora de fer una tasca, enfrontar-se a reptes o assolir algun objectiu.

Així, de la mateixa manera que succeeix en el món laboral amb els caps i els treballadors, passa també al món educatiu amb els docents i l'alumnat. Per tant, serà igual d'important que el professorat potenciï i millori les seves habilitats comunicatives (en tant que són ells qui tenen el poder de persuadir l'alumnat) i alhora, conèixer quina percepció té l'alumnat respecte a les habilitats comunicatives del professorat (en tant que aquestes afectaran els seus nivells de satisfacció-motivació-autoeficàcia) (Ramis Palmer, Manassero Mas, Ferrer Pérez i García-Buades, 2007). Abans d'entrar en més detalls, cal exposar en quin context ens trobem.

Actualment, prenent de referència les estadístiques recollides al *Pla Integral de Formació Professional de les Illes Balears* vigent, les mancances del sistema educatiu i formatiu es resumeixen en tres àrees diferents: (1) les elevades taxes d'abandonament escolar prematur; (2) l'insuficient nombre de treballadors amb un nivell educatiu mitjà, propi de la formació professional, i (3) la necessitat d'estendre la formació per als treballadors ocupats (GOIB, 2018, p.7). Encara que totes aquestes s'hagin de tenir en consideració, en aquest treball ens centrarem en exposar els factors que estan directament o indirectament relacionats amb l'increment de les taxes d'Abandonament Escolar Prematur (AEP) als cicles de Formació Professional. A continuació trobem una taula on queda palesa l'evolució de les xifres a tal efecte:

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>UE</b>	14,7	14,2	13,9	13,4	12,7	11,9	11,2	11	10,07	10,06
<b>Estat</b>	31,7	30,9	28,2	26,3	24,7	23,6	21,9	20	19	18,3
<b>I.Balears</b>	42,5	40,3	36,5	29,7	28,9	29,8	32,1	26,7	26,8	26,5

**Gràfic 3.** Evolució de l'abandonament escolar. 2008-2017, dades extretes dels "Indicadors del Sistema Educatiu de les Illes Balears 2017: ISEIB 2017. Dades del curs 2016-2017". IAQSE. Consultat de [http://iaqse.caib.es/documentos/indicadors/2017/Indicadors\\_2017.pdf](http://iaqse.caib.es/documentos/indicadors/2017/Indicadors_2017.pdf)

Tal com podem observar a la taula, malgrat que aquesta ha sigut sempre una problemàtica generalitzada a l'Estat Espanyol, ens preocupa que les Illes Balears encapçalin la llista, essent una de les zones més afectades de la Unió Europea (UE), superant la mitjana en 16,44 punts de diferència. Aquest fet

però, va molt més enllà de representar una dada de pobresa educativa a les estadístiques; el problema que se'n deriva d'això és que l'alumnat que abandona la seva formació es troba en una situació de risc, tant en l'àmbit personal, laboral com social. Tal com apunta Tabarini (2014), l'AEP és “un problema de primer ordre no només pels efectes negatius que té en els joves que deixen els estudis prematurament, sinó per l'efecte que genera en les oportunitats de desenvolupament econòmic, social i cultural del conjunt del país”. (par. 1)

Per aquest motiu, una de les prioritats que es recullen al citat Pla (GOIB, 2018) es basa en establir dispositius que garanteixin el trànsit del món educatiu al món laboral el qual és, avui dia, insuficient. A aquesta, li hem de sumar noves mesures proposades per part de l'Administració com són, entre d'altres, analitzar les causes de l'abandonament per oferir solucions personalitzades, impulsar serveis i programes que ajudin a evitar aquest fenomen, així com “ampliar la col·laboració i coordinació entre la formació professional i les empreses” (GOIB, 2018, p.9). Llavors, la pregunta que ens feim és, són aquestes les mesures més adequades per pal·liar l'abandonament escolar als cicles de Formació Professional a les Illes Balears?

Tal com apuntàvem a l'inici del treball, considerem que difícilment es podran trobar solucions al problema si abans no s'identifiquen quins són en realitat els factors que el causen. Sobre aquests es val a dir que molts dels estudis<sup>3</sup> realitzats fins aleshores expliquen l'abandonament escolar centrant l'atenció en les peculiaritats de l'alumnat i del seu entorn (vegeu annex 3). Altrament, hem identificat que són menys els informes que posen de manifest la importància que pot arribar a tenir l'*habitus institucional*<sup>4</sup>, l'*efecte centre*<sup>5</sup> i la capacitat de lideratge del professorat envers la continuïtat formativa o l'abandonament de

---

<sup>3</sup> Entre aquests el de *L'abandonament escolar prematur a les Illes Balears: Setembre 2018* disponible a [http://iaqse.caib.es/documentos/document\\_12.pdf](http://iaqse.caib.es/documentos/documentos/document_12.pdf)

<sup>4</sup> Concepte introduït per Reay i entès com una eina teòrica i metodològica per estudiar la cultura escolar mitjançant l'anàlisi sistemàtic de l'estatus educatiu, les pràctiques organitzatives i l'ordre expressiu dels centres. Analitzat a [https://ddd.uab.cat/pub/lilibres/2015/180658/conabaesc\\_a2015.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/lilibres/2015/180658/conabaesc_a2015.pdf)

<sup>5</sup> Diferents nivells i tipus de vinculació escolar que adopta l'alumnat amb el centre en tot el seu conjunt. Analitzat a [https://ddd.uab.cat/pub/lilibres/2015/180658/conabaesc\\_a2015.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/lilibres/2015/180658/conabaesc_a2015.pdf)

l'alumnat. A parer nostre, aquesta postura no és la més encertada per posar remei a la situació actual en tant que, tal com presenten diferents autors/es, com González i Cutanda (2015):

Les situacions de desinterès o desafecció de certs alumnes, no estan lligades a una sola causa ni arrel, però una d'elles, no sempre explícitament reconeguda, té a veure amb un currículum escolar compartimentat en assignatures, amb una empremta molt academicista, desconnectat de la vida de l'estudiant fora del centre, i amb freqüència desenvolupat a les aules amb metodologies 'tradicionals' (ensenyament expositiu, individualista, sobre la base de lliçons/informació per part del docent -exercicis escrits-correcció, etc.) (p.15)

Respecte a això, considerem que és un fet sorprenent que, encara que els cicles formatius siguin estudis postobligatoris hi hagi un grau de desmotivació i abandonament de l'alumnat tan pronunciat a les Balears. Segons dades del Ministeri d'Educació de Formació Professional (MEFP), el percentatge d'alumnes que varen titular en Cicles Formatius de Grau Mitjà fou d'un 43,5% el curs 2009-2010 i del 58,3% l'any 2015-2016 (Consejo Escolar Del Estado, 2018). En aquest sentit, tenint en compte que els alumnes es matriculen voluntàriament als estudis, com podem explicar aquests resultats de desmotivació per seguir formant-se? A banda dels factors personals, laborals i socials que poden influir, ens centrarem en exposar els que estan vinculats amb el sistema educatiu, els centres i, més especialment, amb la formació del professorat.

Considerem que un dels fets que explicaria la desmotivació recau en el fet que, avui dia, la Formació Professional segueix una metodologia formativa basada en la memorística, enfocada en avaluar la capacitat que tenen els alumnes per recitar el que han après d'escoltar al docent o llegint documents, amb l'única finalitat de superar una prova escrita (González i Cutanda, 2015). Hauríem de considerar que les motivacions, expectatives i necessitats de l'alumnat que opta pels estudis de Formació Professional s'allunyen molt d'aquest tipus de model tradicional, en el qual l'alumnat és un participant passiu. En certa



manera, és comprensible que aquesta metodologia els sembli irrellevant i de poca utilitat en tant que és la que han anat trobat al llarg de la seva trajectòria educativa.

Per tant, una de les causes a la problemàtica actual al món de la Formació Professional la trobem en el fet que el perfil d'alumnat que contempla com opció matricular-se a un Cicle Formatiu, no es veu atret pels estudis perquè són una continuïtat d'un sistema el qual no podrà satisfer les seves necessitats i on mai s'hi ha vist representat. L'alumnat que opta per entrar als Cicles de Formació Professional espera trobar noves possibilitats que li permetin seguir formant-se per encaixar al món laboral demostrant les seves capacitats i qualitats professionals. La motivació de l'estudiant en aquest cas no és seguir estudiant per ampliar les seves titulacions sinó formar-se en una professió determinada. Per aconseguir això és necessari que les Illes disposin d'una oferta formativa potent, ajustada als canvis i necessitats del sector laboral actual així com adoptar una metodologia innovadora, atractiva i eficaç per a l'alumnat. Una mesura per dur-ho a terme (i que en alguns centres ja s'està implantant) és reforçar els vincles entre el món empresarial i l'educació durant tot el procés formatiu, ja que un dels atractius més grans de la Formació Professional per a l'alumnat és la possibilitat de realitzar les Pràctiques a Centres de Treball (FCT). Tal com recull el *Pla Integral de Formació Professional de les Illes Balears*:

Cal adoptar enfocaments més proactius perquè les empreses sentin els centres formatius com uns col·laboradors necessaris. Igualment, els centres integrats han d'esdevenir pols de difusió de la innovació de processos. En qualsevol cas, resulta evident que tots els centres formatius necessiten un camp d'autoorganització (autonomia de centres) i que la formació del professorat resulta cabdal (GOIB, 2018,p.9).

Arribats a aquest punt, podem afirmar que la problemàtica del *desenganxament*<sup>6</sup> de l'alumnat és un fenomen en el qual intervenen diferents factors i,

---

6 Tracucció literal del terme anglosaxò disengagement el qual fa referència a l'acció o procés de retirada de la participació en una activitat, situació o grup.

conseqüentment, és impossible explicar-lo des d'una sola perspectiva. Ara bé, tal com coincideixen diversos autors/es, “a l'àmbit internacional s'està produint un consens ampli a l'hora de considerar la qualitat del professorat com un dels factors principals per a la millora dels resultats dels sistemes educatius” (Consejo Escolar del Estado, 2018, p. 308). Malgrat que, tal com apunten González i Cutanda (2015) no es considera que la formació dels docents sigui la solució definitiva al problema, sí que creiem fermament que un professor/a que millori la seva formació en aspectes com el lideratge, la comunicació o la creativitat, marcarà sens dubte la diferència. Avui, a conseqüència dels canvis tan accelerats que vivim en l'àmbit social, empresarial i educatiu, es fa més necessari que mai desenvolupar i millorar la capacitat de gestió de persones, tant en l'àmbit empresarial com educatiu. Així, esdevé clau començar per la formació dels directius i/o docents, ja que són els que tenen la responsabilitat de dirigir i formar als treballadors i als alumnes, respectivament (Cuervo, 2012). Per tant, considerem que els centres que apostin per formar el seu personal docent envers el reforç de les seves habilitats i competències comunicatives, acabaran per aconseguir una millora significativa de la implicació del seu alumnat i, conseqüentment, reduiran de les taxes d'abandonament escolar del centre.

Abans de donar pas al següent apartat cal puntualitzar que, tal com recull l'*Estudio Internacional de la enseñanza y del Aprendizaje* (TALIS, 2018), quan feim referència a la necessitat de formació del professorat també incloem la importància del desenvolupament professional dels equips directius dels centres, ja que d'aquests dependrà que es puguin posar en pràctica les noves propostes educatives.

#### **4.2 Formació del professorat i qualitat educativa**

Al llarg del Màster en Formació del Professorat ens han reiterat la importància de la Formació Permanent del Professorat. En tant que els Cicles Formatius han d'adaptar-se al model canviant de la societat i l'economia, és necessari que els docents estiguin preparats per enfrontar-se als nous reptes que presenta el model educatiu de la Formació Professional.

Tal com es recull al Diari Oficial de la Unió Europea (DO L 394, 30/12/2006):

Donats els nous reptes que la globalització continua plantejant a la Unió Europea, cada ciutadà requerirà una àmplia gamma de competències per a adaptar-se de manera flexible a un món que està canviant amb rapidesa i mostra múltiples interconnexions.

En la seva doble funció — social i econòmica —, l'educació i la formació han d'exercir un paper fonamental per a garantir que els ciutadans europeus adquireixin les competències clau necessàries per a poder adaptar-se de manera flexible a aquests canvis (p. 13).

Com hem vist al llarg d'aquest treball, les competències professionals no es basen només en els coneixements sobre l'especialitat del docent sinó que engloben moltes altres competències de caràcter transversal i específic. En alguns casos, són molts els docents que no han disposat de l'oportunitat d'adquirir aquestes competències perquè o bé fa uns anys no es contemplaven a la normativa, o bé perquè han anat modificant-se al llarg dels anys i cal renovar-se. Aquest fet però no els eximeix haver d'estar actualitzats a la demanda i necessitats curriculars actuals per oferir una educació de qualitat.

L'article 102.1, de la Llei orgànica 2/2006, de 3 de maig, d'Educació (LOE), considera la formació permanent com un dret i una obligació de tot el professorat i una responsabilitat de les Administracions educatives i dels propis centres (BOE, 04/05/2006, núm. 106).

Aquest fet posa de manifest que una de les tasques i responsabilitats dels docents és formar-se contínuament per poder dur a terme la seva professió de forma eficient i adaptada a la realitat del moment. Ara bé, encara que la formació permanent depèn, en certa manera, del major o menor grau d'implicació i voluntat del docent, hi ha un gran nombre d'organismes que també recullen una extensa normativa recalcant l'obligatorietat de fer-ho. Centrant-nos en el cas de la Comissió Europea (2012) recalquem la necessitat d'exigir noves competències, tant a docents com als formadors dels docents i al personal directiu entorn de la comunicació creativa per tal de poder aplicar les

eines i estratègies necessàries per implantar noves metodologies formatives que preparin l'alumnat pel món laboral.

Tenint present tot el dit anteriorment, queda demostrada la importància que té dintre del món educatiu i empresarial que els docents adquireixin les competències necessàries per adaptar-se al nou sistema educatiu de la Formació Professional. En aquest cas, manifestem la necessitat de transformar el sistema educatiu de la Formació Professional, centrant l'objectiu en el fet d'augmentar la qualitat educativa dels centres (BOIB, 31/03/2016, núm. 41) i consegüentment, posicionar millor l'estadística de les Balears.

Actualment, tal com hem estudiat al màster, els centres educatius disposen de documents on es recullen les inquietuds respecte a la qualitat educativa del centre i, entre aquests, cal destacar la valuosa tasca duta a terme respecte a la millora de la convivència als centres educatius. El que podem dir, una vegada revisats diferents Plans de Convivència és que, a la majoria d'aquests es fan propostes d'actuació davant la problemàtica però cap d'ells especifica de forma clara quines són les competències requerides per part dels docents per a tal fi.

Essent conscients que els canvis en el sistema educatiu són necessaris però també sabent que no transcorren d'avui per demà, el que plantejem és que s'amplii l'oferta educativa existent en Formació Permanent del Professorat pel que fa a la formació de professionals competents de cara al model educatiu i la realitat actual dels centres. Per tal d'enriquir l'actual oferta de cursos, aquesta hauria d'englobar l'aprenentatge d'una sèrie de competències comunicatives, creatives i empresarials que, fins aleshores, és pràcticament inexistent. A més d'això, seria considerable que, una vegada adquirida la formació, els docents tinguessin la possibilitat d'adaptar i flexibilitzar les seves programacions per tal de desenvolupar els seus coneixements posant-los en pràctica diàriament i de manera paulatina dins l'aula (BOIB, 31/03/2016, núm. 41).

Per altra banda, cal assenyalar que, una de les prioritats recollides al *Pla Integral de Formació Professional de les Illes Balears 2018-2021* fa referència a la promoció d'una FP de qualitat. Perquè aquesta sigui una realitat, algunes de les accions que es plantegen a tal efecte, i les quals analitzarem al llarg

d'aquest treball són: “1. Actualització tècnica i metodològica dels docents i equips gestor, 2. Promoció dels programes d'internacionalització i l'esperit emprenedor en els currículums dels cicles , 3. Implantació de sistemes de qualitat en els centres 4.Fomentar projectes d'innovació pedagògica” (GOIB, 2018, p. 13).

#### **4.2.1 Oferta en formació permanent del professorat**

Si bé hem de recalcar la importància de la formació permanent dels docents, cal evitar que aquesta es limiti a augmentar el coneixement i l'ús de tècniques i procediments per implantar a les aules. Tal com exposen González i Cutanda (2015), ha de ser una formació que també enfortesqui el compromís i la predisposició envers la pràctica professional dels docents. Aquesta ha d'oferir paràmetres i marcs de coneixement als quals recórrer per “pensar i reflexionar sobre les dinàmiques de treball a l'aula, interpretar què ocorre en aquesta, plantejar interrogants, prendre desicions, cuidar les relacions amb els seus alumnes, atenent a les seves necessitats i peculiaritats” (p.16).

Una vegada dit això, ens enfocarem en analitzar l'oferta formativa (vegeu annex 4) existent i si la que ofereix i finança el *Ministeri d'Educació i Formació Professional* s'adapta l'exposat anteriorment. En primer terme destaquem els cursos i altres recursos que es posen a l'abast mitjançant l'*Institut Nacional de Tecnologies Educatives i de Formació del Professorat* (INTEF, 2020), disponibles en línia a la seva web (vegeu annex 5). Per altra banda, enfocant-nos en l'oferta de la Conselleria d'Educació, Universitat i Recerca del GOIB, trobem el *Web Educatiu de les Illes Balears* (WEIB) on es recull tota la informació actualitzada respecte el programa autonòmic de formació permanent del professorat, així com les activitats de formació disponibles als *Centres de Professorat* (CEP) (vegeu annex 6) i pels serveis centrals de la ja citada Conselleria. Respecte a la planificació d'aquest programa de formació podem dir que es fa cada quatre anys i que és flexible i adaptable per atendre les necessitats i demandes dels centres, de l'equip docent i del sistema educatiu. Ara bé, podem afirmar que tot això s'aplica a la realitat? Atenint-nos a algunes de les conclusions recollides a la *Resolució del conseller d'Educació i*

*Universitat de dia 16 de març de 2016 per la qual s'aprova el Pla quadriennal de formació permanent del professorat 2016-2020* (BOIB, 31/03/2016, núm. 41) sembla que, a la pràctica, no és del tot així (vegeu annex 7).

Tenint present que encara falten aspectes per millorar, cal esmentar que el passat 11 de març, es va presentar l'esborrany del nou *Pla quadriennal de Formació Permanent del Professorat* a la Mesa Sectorial d'Educació. Aquest pla, una vegada acceptat, tindrà vigència de l'any 2020 al 2024 i apostarà per impulsar una sèrie de novetats, entre les quals destaca la formació permanent a la Formació Professional (GOIB, 2020a). A l'espera del nou Pla, assenyalarem algunes de les modalitats formatives actualment vigents com són la Formació dels Centres (FdC), Formació en el Centre (FeC), Formació intercentres (Fic), la Formació Especialitzada (FE), Formació per Àmbits (FA) i les Activitats Puntuals de Formació (APF) recollides en el Pla quadriennal de Formació del Professorat 2016-2020 (GIFES, 2017).

A més d'aquestes, cal esmentar les accions formatives pròpies de la Formació Professional impulsades per la *Direcció General de Formació Professional i Ensenyaments Artístics Superiors*, les quals han estat adaptades recentment a les necessitats imperioses de formació en competències digitals degudes a l'Estat d'Alarma esdevingut a causa de la pandèmia del COVID-19 (GOIB, 2020b).

A banda d'això, també cal valorar positivament que la formació permanent del professorat sigui de cada cop una activitat menys individual, per donar pas a una formació docent en equip i dintre del mateix centre. D'aquesta manera es facilita l'aplicació dels coneixements adquirits i la transferència a les aules d'una forma més efectiva. A més, si tots els agents del centre formen part de l'activitat formativa dintre del mateix recinte, permet ajustar el curs a les necessitats i circumstàncies reals d'aquest. Per altra banda, entre les línies estratègiques de formació que contempla el nou Pla d'Integració pel període 2020-2024 recalquem les que s'enfoquen en les metodologies i avaluacions competencials, millora de la convivència i comunitat educativa d'aprenentatge i,

especialment aquelles que recauen sobre la millora de la gestió d'equips i coordinació docent (GOIB, 2020a).

Pel que fa a la facilitat d'accés als cursos oferits, cal destacar que la disponibilitat és prou variada, ja que va des de la modalitat de Formació a Distància (FaD), la presencial (CEP) i la mixta. Entre aquestes, la que té un pes molt més rellevant avui dia és l'oferta de cursos a distància (WEIB) malgrat que, com hem exposat abans, de cada vegada s'aposta més per una formació en equip i presencial (GOIB, 2020a). Es val a dir que, per tal d'accedir als cursos, cal inscriure's prèviament i superar els criteris d'admissió i selecció estipulats per la Conselleria d'Educació i Universitat (WEIB).

Més enllà de les ofertes formatives de la Conselleria d'Educació, Universitat i Recerca de les Illes Balears també hi ha altres activitats homologades com les que organitzen diverses entitats reconegudes, com per exemple les que posa a l'abast la plataforma *Formació i innovació educativa de les Illes Balears*. Aquesta eina és un recull de recursos creats per i per als professors/es amb la finalitat de donar a conèixer i compartir les bones pràctiques docents amb la intenció de "facilitar la formació i la innovació dels docents i posar en valor la bona tasca que diàriament duen a terme en benefici de l'alumnat de les Illes Balears". (Formació i innovació educativa de les Illes balears, 2016, par. 4)

Seguint en aquesta mateixa línia, cal recalcar que els docents són els que coneixen de primera mà quines són les mancances existents als centres i, per aquesta mateixa raó, tenen a la seva disposició l'oportunitat de plantejar projectes de millora formativa als centres. Mitjançant el *Programa de Millora i Transformació* (PMT) del Govern Balear tant els centres com els docents que estiguin respallats per aquests, poden traslladar les seves propostes per adaptar les eines i mètodes de treball que considerin adients per millorar i transformar l'educació dels seus centres progressivament i de forma sostenible en el temps. (GOIB, 2020c). A més d'aquest, existeixen altres alternatives com ara les que posa a l'abast l'equip de formació en l'àmbit de la Formació Professional (FPLAB) per tal d'identificar les necessitats formatives dels centres en matèria de formació de l'FP (GOIB,2020d) i FORTECO, un programa

adreçat a professorat de cicles formatius de Transport i manteniment de vehicles i Maritimopesquera (GOIB, 2020e).

#### **4.2.2 Programes per a la millora de la qualitat de l'FP**

Una vegada analitzada a la web del Govern de les Illes Balears hem pogut comprovar que l'oferta formativa dirigida al professorat de l'FP és molt àmplia. Malgrat tot, considerem que aquesta no és suficient per garantir la qualitat educativa que requereix la Formació Professional actual tenint en compte les característiques que presenten els programes formatius que s'estan començant a implantar a les Illes Balears en els darrers anys, com per exemple els del *Pla Integral d'Impuls de les Capacitats Emprenedores a educació* (ICAPE). Aquest engloba, entre d'altres, el programa *Joves Emprenedors Associats* (JEA) per a cicles de FPB, el de *Joves Emprenedors Socials* (JES) a secundària i el programa *Joves Emprenedors Professionals* (JEP) destinats als cicles de GM i GS (ICAPE, 2020). Aquesta iniciativa, gestionada per l'*Institut d'Innovació Empresarial de les Illes Balears* (IDI) i impulsada per diverses conselleries, té com a objectiu treballar l'emprenedoria a les aules per tal que els estudiants aprenguin a treballar en equip mitjançant metodologies cooperatives, fomentant així la presa de decisions i l'assumpció de responsabilitat pròpies d'una experiència real en un lloc treball. D'aquesta manera els programes ICAPE fomenten l'aprenentatge transversal i significatiu, basat en projectes i en experiències dintre d'un context lúdic i creatiu (GOIB, 2019a). Actualment ja són més de 170 grups de 90 centres diferents que participen en alguns d'aquests programes, destacant el JEA (FPB) el qual el curs 2019/20 va incrementar en un 91% la participació respecte a l'any anterior amb 21 grups. Pel que respecte al JEP la participació al 2019 és de 22 grups. (GOIB, 2019a). Per tant, considerem que la implantació d'aquest tipus de projectes als centres i, en particular als cicles formatius de GM i GS, pot ser un impuls per motivar l'alumnat de l'FP i també per millorar les competències comunicatives, creatives i de lideratge del professorat i l'alumnat, les quals són claus per destacar com a bons professionals en el sector laboral actual.



A més d'aquests programes cal afegir el d'*Impuls de les Competències Socials i Creatives* (ICSCrea), el d'*Actualització de la formació professional* i el *Programa d'Experiència Formativa* (PEF) (GOIB, 2019b). Respecte al primer, podem dir que s'enfoca en la formació del professorat de l'FP pel que respecte a potenciar l'adquisició de competències que promoguin les actituds i aptituds més demandades i adaptades al món laboral. Aquestes es resumeixen en estimular la implicació de les empreses, el pensament creatiu i innovador, l'emprenedoria, l'autoconfiança i també facilitar la inserció laboral, l'adaptabilitat al sistema canviant i a millorar la competitivitat. Per altra banda, es recalca la importància de la implicació del personal docent en l'elaboració, aplicació i la constant avaluació d'activitats i projectes duts a terme entorn d'una metodologia innovadora dintre de l'àmbit de la formació professional (BOIB, 11/4/2019, núm. 47). En segon terme, el programa d'*Actualització de la formació professional* té com a principals objectius:

Facilitar al professorat la possibilitat d'observar de forma directa altres metodologies i enfocaments didàctics en els processos d'aprenentatge dels alumnes i fomentar l'aplicació activa a la pràctica docent del que s'ha après a més d'afavorir la innovació educativa als cicles formatius de formació professional a partir de l'aprenentatge entre iguals entre els docents de les Illes Balears i els docents de centres d'altres comunitats autònomes (GOIB, 2019b, par. 3).

Per últim, el *Programa d'Experiència Formativa* (PEF) dóna l'oportunitat als docents de participar en estades formatives a qualsevol empresa o entitat de les Balears, Estat Espanyol o la Unió Europea per tal d'enriquir la professió docent, sempre que l'activitat a desenvolupar tingui relació amb el seu perfil professional i els mòduls a impartir (GOIB, 2019b).

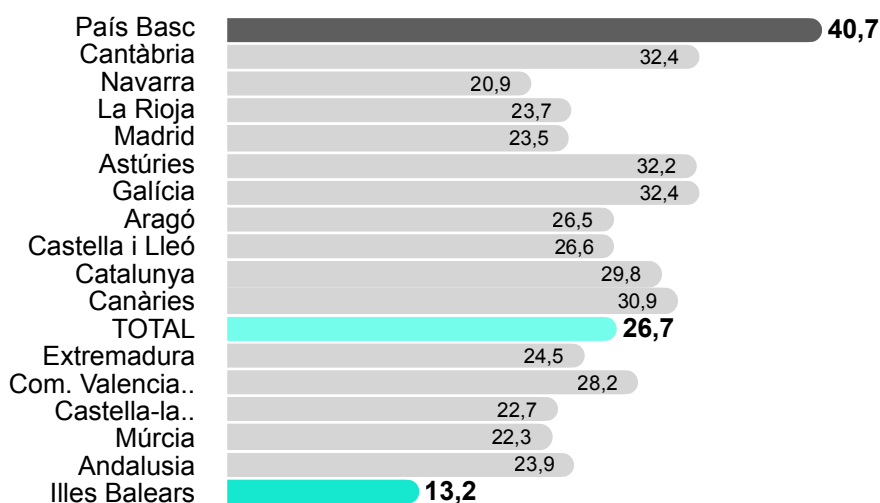
Una vegada analitzada la formació permanent del professorat i els programes de millora de la qualitat educativa de l'FP ens toca fer una reflexió al respecte: és adequat proposar la implantació de nous programes i models metodològics a les aules sense que els agents educatius reunesquin les competències i habilitats necessàries per poder gestionar-los? Per respondre a la qüestió

analitzarem quines són les peculiaritats que presenta el model formatiu referent en Formació Professional a Espanya.

#### 4.4 Referents educatius: Tknika i el model ETHAZI

*“La Formació Professional basca s’ha convertit en una petita Finlàndia de l’ensenyament.” Fdez. Vallejo*

Com hem anat exposant al llarg d’aquest treball, un dels indicadors més preocupants a les Illes Balears és la taxa l’d’AEP actual, tant pels efectes negatius que suposa en qualitat d’educació com pel futur de la inserció laboral de l’alumnat (GOIB, 2018). A continuació tenim un gràfic on es reflecteixen els valors de població graduada en Cicles Formatius de Grau Superior (CFGS) el passat 2017 a Espanya on, una vegada més, les Illes Balears representen el valor més baix de totes les comunitats autònomes (IAQSE, 2017):



**Gràfic 3.** Taxa bruta de població que graua en CFGS, per CCAA. Curs 2016-2017, adaptat dels “Indicadors del Sistema Educatiu de les Illes Balears (ISEIB) 2017”. IAQSE. Consultat a [http://iaqse.caib.es/documentos/indicadors/2017/Indicadors\\_2017.pdf](http://iaqse.caib.es/documentos/indicadors/2017/Indicadors_2017.pdf)

Analitzant en deteniment les dades, observem com les Balears obtenen el pitjor resultat, situant-se a 13,5 punts per davall de la mitjana nacional. Ara bé, malgrat que aquests resultats s’allunyen molt de l’objectiu fixat per l’*Estratègia Europa 2020* (la qual fixa el valor òptim de graduació en un 15%), el que hem

de destacar per damunt d'això és que el País Basc obtingui tants bons resultats per sobre totes les Comunitats Autònomes de l'Estat (GOIB, 2018). Si recordem les dades sobre l'abandonament escolar (vegeu gràfic 1) crida l'atenció que mentre les Illes Balears obtenen una taxa del 26,5% d'AEP, el País Basc tan sols obté un valor del 7%. Tenint en compte això, tampoc ens sorprèn que la taxa d'escolarització postobligatòria més baixa siguin les Balears amb un valor del 56,9% i el del País Basc estigui al voltant del 80% (Consejo Escolar Del Estado, 2018).

Atenint-nos a les estadístiques, hem considerat imprescindible analitzar quins són els principals trets i característiques del model educatiu del País Basc per intentar identificar quins són els factors clau del seu èxit en l'ensenyament de la Formació Professional. Prenent de referència l'article de Fdez.Vallejo (2017), en paraules del viceconseller responsable d'FP del País Basc, Jorge Arévalo, tot seguit apuntem els objectius més destacats del seu model:

- Dissenyar programes d'especialització per a l'alumnat en base a les necessitats de les empreses en un temps rècord.
- Col·laborar i comunicar-se permanentment amb empreses del sector del Cicle Formatiu.
- Anticipar i adaptar-se a les necessitats reals del món educatiu i laboral.
- Aplicar metodologies basades en la pràctica (treballs per projectes, treball en equip, resolució de conflictes, etc.).
- Formar constantment el professorat i renovar els espais d'aprenentatge.
- Garantir la inserció laboral una vegada l'alumnat ha acabat els seus estudis.
- Desenvolupar models d'aprenentatge que incloguin explícitament l'adquisició de competències transversals.
- Aprendre treballant per tal d'anar adquirint les competències necessàries per a ser bons professionals.

- Fomentar l'actitud, la predisposició, la voluntat, les relacions personals, la comunicació i la creativitat envers els coneixements teòrics.
- Augmentar la qualitat de la Formació Professional apostant per àmbits de treball innovadors així com noves metodologies i enfocaments.

Una vegada analitzats aquests, hem pogut observar com presenten moltes semblances amb el que recull la normativa de la resta de comunitats autònomes, inclosa la de Balears. Per tant, quin és el factor diferenciador més important que trobem al sistema formatiu del País Basc?

Per donar resposta a la pregunta ens enfoquem en analitzar els Centres ETHAZI, accionats pel Tknika, Centre per a la Investigació i la Innovació de la Formació Professional<sup>7</sup>. Els centres que apliquen aquest model, tal com apunten els autors Astigarraga Echeverría, Aguirre Andonegi i Carrera Farran (2017) al monogràfic *Innovación y cambio en la Formación Profesional del País Vasco*, es basen en el desenvolupament de competències, tant tècniques com transversals mitjançant l'aprenentatge col·laboratiu basat en reptes. Aquest es fonamenta en 4 pilars bàsics: “a) Equips Docents de Cicle autogestionats; b) Programació d'acord amb reptes (intermodulars); c) Flexibilitat organitzacional; d) Avaluació per Competències orientada cap a l'evolució de les persones i els seus aprenentatges” (Astigarraga Echeverría et al., 2017, p. 55). Malgrat aquests factors resultin clau, cal destacar que els Centres ETHAZI tenen com a eix principal la constant formació i la implicació activa del professorat i dels equips directius a l'hora de redissenyar el procés d'ensenyament-aprenentatge-avaluació (Astigarraga Echeverría et al., 2017). Un dels pilars fonamentals on recau l'èxit de la Formació Professional del País Basc és per tant assegurar-se que els docents que han d'impartir la formació reunesquin les competències pròpies dels líders del món empresarial i les apliquin al seu entorn de treball. A fi de preparar els seus docents, el 2017 el Govern Basc va dissenyar la *Guía para docentes que se incorporan al sistema educativo vasco* (Gobierno Vasco,

---

<sup>7</sup> Impulsat per la viceconselleria de Formació Professional del Departamento de Educación del Gobierno Vasco. Podeu ampliar la informació a <https://tknika.eus/sobre-tknika/>

2017), la qual hauria de servir de referència entre els centres i docents que imparteixen estudis d'FP.

## 5. Marc Teòric

---

### 5.1 El sector empresarial i la innovació metodològica a l'FP

*“La innovació és un valor afegit basat en la creativitat, que pot ser intercanviable, com els diners o una cosa útil per a la societat”*

**Manuel Castells (2002)**

Un dels principis del Pla Integral de Formació Professional de les Illes Balears 2018-2021 (GOIB, 2018) és fomentar la connexió entre els centres i les empreses o, dit amb altres paraules, adequar la formació “als requeriments competencials presents i futurs de les empreses”(p.10) amb l'objectiu d'augmentar la participació d'aquestes en la formació professional. Així, incrementar la coordinació entre l'FP i les empreses segueix essent prioritari per promoure una formació de qualitat, adequada a les necessitats de capital humà de les empreses (GOIB, 2018). Un pas cap a la millora dels cicles formatius de les Illes Balears (vegeu annex 8) recau en fomentar la interrelació entre les aules i els centres de treball; “acostar els dos vessants a través del coneixement mutu, i que tant l'Administració com el món de l'empresa cooperin fent servir regles clares i eines rellevants per a potenciar les qualificacions requerides pel mercat de treball” (GOIB, 2018, p. 133). A més d'això, per oferir una Formació Professional d'aquestes característiques caldrà que, tal com succeeix al País Basc, s'actualitzin els continguts dels mòduls constantment, que s'utilitzin metodologies innovadores, que es fomenti l'esperit emprenedor dels estudiants (GOIB, 2018) i que es reforcin les habilitats i competències en comunicació creativa del professorat.

En aquest sentit, considerem que s'ha d'apostar per una Formació Professional que potencii el desenvolupament de docents i estudiants flexibles, els quals tinguin una visió global dels problemes que van sorgint al món empresarial i que adoptin una actitud resolutiva davant d'aquests. Ajudar als alumnes a que demostrin tenir iniciativa, capacitat i voluntat de treballar en equip, una actitud

proactiva i cooperativa envers el sector i el seu entorn, etc. és fonamental per formar professionals preparats per entrar al món laboral actual (Astigarraga Echeverría et al., 2017). Ara bé, tots aquests propòsits no seràn possibles si no canvia el model educatiu d'avui atesos que, encara que la normativa reculli les competències que s'han d'adquirir, a la pràctica, les programacions d'aula i les metodologies utilitzades no faciliten el seu assoliment ni tampoc la seva avaluació.

En aquest punt es val a dir que la responsabilitat educativa en formació professional va molt més enllà de compartir coneixements teòrics a les aules; s'han de treballar i, sobretot, posar en pràctica molts altres factors per evitar la frustració personal, tant dels docents com dels futurs professionals. Tal com s'indica al ja citat *Pla Integral de Formació Professional* vigent, els desequilibris per inadequació de les competències tenen conseqüències negatives sobre les persones perquè n'afecten la seva implicació i motivació, i a conseqüència, també afecten les empreses perquè li restringeixen la capacitat innovadora, frenant així la seva competitivitat al mercat (GOIB, 2018).

Per tant, aquesta idea reforça el que hem comentat anteriorment; cal posar en pràctica una formació professional de caràcter transversal que fomenti l'esperit de superació de l'estudiant, reforci una actitud crítica, innovadora, competitiva i de lideratge que s'adeqüi a la realitat laboral. Adoptant els objectius i característiques que planteja el model ETHAZI, l'FP de les Balears ha d'aconseguir dur a terme un canvi metodològic disruptiu que faci possible que els alumnes de Formació Professional s'adaptin al d'un perfil professional competitiu. D'aquesta manera els docents aconseguirem extreure el màxim potencial al procés d'ensenyament-aprenentatge en competències professionals, tant les específiques dels mòduls com les transversals (Gobierno Vasco, 2014).

Encara que pugui semblar complicat adaptar els centres educatius de les Balears a les característiques del model basc, res més lluny de la realitat. Amb aquest treball, pretenem exposar que amb els recursos disponibles als centres es poden aconseguir millores significatives, sempre que es potenciï la

creativitat comunicativa i metodològica de l'equip directiu i del professorat. Entenent la creativitat com un factor impulsor de canvis, d'innovació, de sorgiment de noves idees i de recerca de noves alternatives (De Bono, 2010) considerem que, si apostem per la formació permanent, s'avançarà cap a un model adaptat, de cada vegada més, al sistema empresarial actual.

Una vegada analitzades les peculiaritats dels centres educatius ens adonem que aquests no divergeixen gaire de com s'ha de gestionar una empresa real en tant que els centres són igualment institucions conformades per un equip directiu, treballadors/es i un nombre elevat de consumidors/es (Bustos i Becker, 2009). Els centres educatius, per tant, han de canviar la seva manera de fer per atreure l'alumnat i motivar-lo a continuar els seus estudis, a la vegada, que ha de col·laborar i comunicar-se més amb les empreses per tal que aquestes confiïn i coneguin, de primera mà, que els alumnes titulats estan preparats i qualificats per entrar al món laboral. Respecte d'això, han esdevingut una sèrie de corrents com el *Màrqueting Educatiu* i *Branding Escolar* (vegeu annex 9), les quals han anat prenent força en els darrers anys. Aquestes defensen la necessitat d'adaptar l'educació a les demandes de la comunitat educativa i donar-les a conèixer més enllà del centre escolar (Núñez, 2017)çencara que aquestes estratègies siguin d'utilitat, no és suficient que es recullin propostes innovadores a la normativa de la Formació Professional (vegeu annex 10) sinó al contrari; abans s'ha de potenciar la qualitat del centre, apostar per la innovació real<sup>8</sup> i destacar les peculiaritats del servei educacional que el facin destacar sobre la resta (Bustos i Becker, 2009). Per tal d'implantar aquest sistema és imprescindible fomentar la formació dels docents i els directius del centre en relació amb conèixer quines són les eines i estratègies que els facilitaran la posada en pràctica d'aquestes metodologies si es volen millorar les estadístiques actuals de les Illes Balears. Una vegada fet això, el pròxim pas serà implantar el nou model formatiu a les aules, analitzar-ne les parts durant tot el procés i avaluar els resultats que se n'obtinguin permanentment per tal de poder-les anar modificant i adaptant a les necessitats del moment.

---

<sup>8</sup> Recordem que apostar per incloure l'ús de les TIC als centres no és una innovació metodològica *per se*.

## 5. 2 Competència comunicativa

*“La verdadera crisi és la crisi de la incompetència” Albert Einstein*

Actualment, es dóna per fet que els docents han de saber utilitzar un llenguatge correcte i adequat per formular els missatges que faran arribar a l'alumnat. En canvi, en menys ocasions es planteja si els docents, a banda de tenir coneixements lingüístics i ortogràfics, han adquirit prèviament les competències comunicatives necessàries per transmetre missatges efectius i útils a l'hora d'interactuar amb el seu alumnat (Hymes, 1971). No hem d'oblidar que avui, l'educació juga un paper clau per a la societat, ja que aquesta té el poder de possibilitar l'adquisició i el domini de les eines que ens permetin comunicar-nos, interactuar, dialogar, participar i negociar, tant en l'àmbit personal com professional (Pulido i Tortajada, 2008). Cal recordar que els docents de la Formació Professional han de ser capaços de fer front i adaptar-se als reptes canviants del món empresarial per tal de formar futurs professionals qualificats per cobrir la demanda actual. En aquest sentit, les mancances del model educatiu respecte a això són que, encara avui, es fa un major èmfasi en el fet que, tant els docents com l'alumnat, assoleixin uns determinats coneixements teòrics i no tant en la importància que té el fet d'adquirir habilitats i competències comunicatives. Respecte a això, es val a dir que aquesta realitat es contraposa a la recomanació del Parlament i Consell Europeu, la qual determina el caràcter prioritari del desenvolupament personal per competències i, entre aquestes, s'inclouen les que fan referència a la comunicació, la creativitat i el lideratge, entre altres (DO L 394, 30/12/2006).

Si tenim en compte l'apartat anterior, entendrem que aquest és un dels errors principals de la Formació Professional en tant que el coneixement creix i varia a una velocitat tan gran que els estudis d'FP actuals no garanteixen que els docents ofereixin continguts actualitzats ni tampoc que l'aprenentatge estigui adaptat als ritmes canviants propis dels llocs de treball als quals aspira l'alumnat (Siemens, 2006). Aquest fet posa de manifest la poca utilitat d'aquest model d'ensenyament tenint en compte que aquesta situació dificulta que el



docent pugui mantenir el seu alumnat motivat, així com tampoc facilita que el sector empresarial confii en el fet que a les aules s'ofereixi una formació de qualitat adaptada a les seves necessitats. Per tant, és imprescindible remarcar la rellevància de la formació professional per competències, tant de l'alumnat com del professorat (vegeu annex 11) i deixar de banda les formes tradicionals basades en l'assoliment i avaluació de continguts prèviament estipulats sense tenir en compte les peculiaritats i necessitats de la demanda actual.

Malgrat que la normativa educativa de cada cop fa més visible la urgència de potenciar el desenvolupament de competències transversals de l'alumnat, considerem pertinent fer menció a la conclusió a la qual es va arribar al passat Foro de Davos<sup>9</sup>, en tant que exposen les competències socials més ben valorades per les empreses a l'hora de contractar nou personal. (Gamelearn, 2019). Així, les competències més demandades pels empresaris pel que fa als professionals del 2020 són:



**Gràfic 4.** Competències del 2020, adaptat de l'e-book "30 estrategias infalibles para mejorar el 'engagement' de tu formación". Gamelearn, 2019. Consultat a <https://docplayer.es/89812088-30-estrategias-infalibles-para-mejorar-el-engagement-de-tu-formacion.html>

<sup>9</sup> També anomenat *Fòrum Econòmic Mundial* (FEM). És una fundació sense ànim de lucre coneguda per celebrar una reunió anual on es reuneixen els principals dirigents d'empreses, polítics, intel·lectuals i periodistes per debatre sobre la problemàtica mundial centrada en sectors específics.

Ara bé, perquè es puguin desenvolupar aquestes competències és necessari que el professorat, a més de demostrar el domini envers la seva especialitat, conegui algunes de les estratègies utilitzades en el sector empresarial envers la creativitat comunicativa. Entre aquestes, en destaquem les que fan referència a reforçar el lideratge personal, l'anàlisi de resultats i la creació de climes de confiança. Això permetrà a tots els agents implicats en el procés d'ensenyament-aprenentatge adaptar-se a les necessitats i ritmes personals, de manera que ajudarà a docents i alumnes a interioritzar i preparar millor les activitats i la seva posada en pràctica amb més facilitat i convicció. Per tant, la prioritat en la Formació Professional ha de ser assegurar l'aprenentatge útil i pràctic de l'alumnat en lloc de basar-se en seguir programacions que no s'adeqüin a les necessitats reals de cada especialitat en un moment determinat.

### **5.3 Estratègies comunicatives i empresarials a la docència**

El significat de la comunicació es construeix i es renova permanentment mitjançant estratègies participatives, cooperatives i de convicció (Rincón Castellanos, 2004). A partir d'aquesta premissa podem afirmar que avui dia, i més que mai, existeix una estreta relació entre la comunicació i l'educació, ja que la majoria dels processos educatius actuals aposten per les mediacions o interaccions comunicatives intrapersonals (Amayuela Mora, 2016). Llavors, el que pretenem en aquest apartat, és evidenciar com el procés comunicatiu es diferencia del procés informatiu, en tant que el primer sempre va acompanyat d'una intenció determinada. Per tant, cal entendre l'educació com un sistema d'influències que té com a principal objectiu aconseguir socialitzar l'individu a partir dels interessos i valors d'una societat i context determinats, elements els quals resulten clau per a la comunicació (Tejera Concepción, 2008). Ara bé, aquest vincle no sempre es produeix en un mateix nivell, sinó que vendrà determinat, en tot cas, depenent del propòsit comunicatiu de cada docent en particular. En base a això, Ojalvo (1999) apunta que existeixen dos nivells per determinar la relació entre l'educació i la comunicació; el *no propositiu* i el

*propositiu*<sup>10</sup>. El primer nivell suposa que l'acte comunicatiu a l'educació existeix pel simple fet d'intercanviar missatges (fet inherent en la interacció humana). Mentre que el segon nivell, expressa una intenció clara dels individus per dur a terme un procés comunicatiu; informar, debatre, compartir, transmetre... Alguna cosa amb la finalitat expressa d'exercir una influència educativa (Ojalvo, 1999). Aleshores, podem extreure que tant els centres educatius, com els mateixos docents en particular, tendran més o menys poder socialitzador i transformador del seu alumnat depenent de quin tipus de comunicador prevalgui.

Arran d'això, Bustos i Becker (2009) defineixen la comunicació com “un procés per mitjà del qual una persona (l'emissor), transmet missatges-estímul per a modificar o reafirmar la conducta d'un altre o altres individus (els receptors)” (p.19). Coincidint amb els autors, destaquem que durant el procés comunicatiu sempre hi haurà informació, en canvi, en el procés informatiu no existeix cap mena de comunicació. Dit això, i envers l'educació, entenem que quan parlem d'informació ens referim als continguts que els docents posen a l'abast dels alumnes, sense tenir en compte si aquests les han assimilats o no. Mentre que quan ens referim a la comunicació, aquesta només es produeix quan el docent transmet una informació als seus alumnes amb l'objectiu d'influir i provocar una reacció en ells, la qual cosa li permetrà assegurar que aquests han entès el seu missatge (Bustos i Becker, 2009). Per aquest motiu, considerem que es fa imprescindible que el docent domini adequadament estratègies comunicatives utilitzades al sector empresarial per assegurar-se que el procés d'ensenyament-aprenentatge sigui adequat, resulti ser profitós i, a la vegada, li permeti arribar amb èxit als objectius que s'hagi fixat.

Al seu llibre *Comunicar para transformar, transformar para comunicar*, Víctor Marí exposa la sinergia existent entre l'educació i la transformació; entre la comunicació i el canvi social (Marí Sáez, 2011). En aquesta obra es posa de manifest la potent eina educativa que sorgeix de la unió entre teoria i pràctica per generar canvis en els estudiants, especialment, enfocant-nos en els cicles de formació professional. L'autor intenta donar resposta a preguntes com ara,

---

<sup>10</sup> El llenguatge propositiu s'utilitza amb la intenció de fer propostes positives, efectives, flexibles i reflexives, basant-se en el context present i en la seva possible aplicació en el futur.

per quins motius la comunicació es vincula gairebé sempre amb la transmissió d'informació o amb la persuasió de la gent? Per què quan pensem en comunicació no ho enfocam des del poder que té per a transformar la societat? (Marí Sáez, 2011). Si extrapolem aquesta premisa al món educatiu actual, observem com durant els darrers anys, en la majoria de centres, destaca l'èmfasi de disposar de Tecnologies de la Informació i la Comunicació (TIC). D'alguna manera s'espera que integrant les TIC a les aules, els membres de la comunitat educativa estaran més motivats per aprendre i també per ensenyar. En conseqüència, es tendeix a pensar que amb la implantació de les TIC, aquests estaran més predisposats a adaptar la seva conducta a les regles establertes un centre educatiu dintre d'un context determinat.

En aquest sentit però, cal aclarir que reforçar i millorar la comunicació en l'educació no és tant simplista com el fet de disposar de TIC a les aules, si no més aviat cal associar-ho al fet de saber com s'ha d'aplicar i quines estratègies utilitzar per descobrir el seu potencial envers el procés educatiu de la Formació Professional. Dit d'una altra manera, hem d'entendre el paper de la comunicació en l'educació com una eina que hem d'aprendre a utilitzar i implementar a les aules per tal d'enriquir el procés formatiu; el que avui dia coneixem com les Tecnologies de l'Aprenentatge i el Coneixement (TAC). Així com ja va succeir amb l'arribada de les TIC a les aules es va haver de fer un procés d'adaptació, aprenentatge, etc. Per arribar a les TAC, també serà necessari aprendre a implantar la comunicació com una eina/estratègia que fomentarà l'habilitat i la capacitat per formar bons treballadors i, paral·lelament ens farà ser millors professors.

L'alumnat que tingui una percepció positiva de l'habilitat comunicativa del seu professor/a, en conseqüència, tindrà també una percepció més positiva envers la tasca que han de desenvolupar durant el curs escolar. En aquest sentit, els i les alumnes experimentaran l'autoeficàcia, la qual està vinculada a sentir-se capaç de dur a terme una tasca i a la voluntat i implicació de voler fer-la correctament. Aquesta habilitat es fa més notòria l'avaluació del rendiment personal, a l'interès per les expectatives i, també, en l'especificació de les

metes i objectius (Hackman i Oldham, 1974).

Destacant per tant que tota interacció comunicativa porta implícita una intenció, un propòsit o un objectiu determinat (Amayuela Mora, 2016), a continuació exposarem els beneficis que té per a tota la comunitat educativa el fet d'aplicar la comunicació creativa a les aules en tant que aquestes ajudaran als docents a gestionar la problemàtica present a les aules dels Cicles Formatius de Formació Professional.

### 5.3.1 Comunicació creativa

*“No saber cómo persuadir al otro nos puede llevar al fracaso, pero más aún, a no confiar en nuestras capacidades” Yamila Papa*

Dintre de la categoria *comunicació* hi trobem infinites relacions lligades amb el món educatiu. Així, analitzant alguns elements essencials de la comunicació en el món empresarial obtenim que aquests poden ser útils si els docents saben com aplicar-los a les seves metodologies. Entre aquests aspectes hem de destacar que la comunicació s'ha d'entendre com la base de qualsevol tipus de relació intrapersonal i que aquesta ve determinada per diversos motius, a partir dels quals es van creant vincles i construint relacions entre els individus. Durant tot el transcórrer del procés comunicatiu<sup>11</sup> els individus interaccionen entre si, intercanviant-se informació, estats emocionals i, també, comportaments (Tejera Concepción, 2008).

Tal com exposa Salas Villegas (2003) al seu article *Conocimiento y comunicación: comunicar para enseñar*, els humans, en tant que som éssers socials tenim una necessitat imperiosa de relacionar-nos. En gran manera, aquest fet ve motivat perquè, gràcies a la intencionalitat comunicativa que ens caracteritza, som capaços d'ampliar i adquirir nous coneixements, els quals ens permeten entendre i transformar el món que ens envolta. Ara bé, com apliquem tot això a l'educació? Partint de les conclusions de Salas Villegas (2003), la docència és una professió que presenta una gran complexitat en tant que, per

---

<sup>11</sup> Entès com un seguit de canvis o modificacions pels quals va passant un individu amb el pas del temps degut a la interacció entre els agents que el conformen, els qual estan en contínua i progressiva transformació.

arribar a ser un bon docent cal que aquest/a posi de la seva part per construir un vincle entre tots els membres que conformen la seva aula. Això s'aconseguirà si el professorat es preocupa per conèixer els seus alumnes, es mostra afectiu i empàtic, planteja les sessions tenint en compte les característiques individuals d'aquests, que els sàpiga escoltar, etc. Així hem d'entendre que el docent que domini la comunicació creativa serà qui tingui la possibilitat de connectar i comunicar-se amb els seus alumnes serà qui aconseguirà engrescar-los fàcilment cap a un objectiu concret, com per exemple, fer una tasca, canviar la seva actitud, augmentar la seva implicació envers els projectes, etc. (Salas Villegas, 2003).

Una vegada analitzat això, seria un error que els docents entenguem la interacció comunicativa com un fenomen espontani que no necessita cap tipus de preparació o coneixement previ al respecte. Entendre la necessitat de treballar aspectes com la psicologia, la lògica i la sociologia, serà important a l'hora d'impartir les sessions formatives. Aquests coneixements a més de permetre al docent enfrontar la realitat de l'aula, també l'ajudaran a comprendre i actuar en situacions de poca motivació, participació, rendiment i baixa autoestima del seu alumnat, possibilitant un canvi ràpid d'estratègia comunicativa poguent adaptar-se a les característiques i necessitats en tot moment (Salas Villegas, 2003).

La comunicació creativa té com a principals eixos fomentar, entre molts altres aspectes, l'interès de les persones envers alguna cosa, la creativitat, la motivació, el lideratge i la resolució de conflictes, etc. Entre aquests en destaquem:

- **L'art de persuadir**

En aquest sentit, cal fer menció al que hauríem d'entendre per persuasió en el context educatiu, diferenciant-lo de l'assignació negativa que ha anat adquirint aquest concepte en els últims anys. Si ens remuntem a l'origen de la comunicació persuasiva, tal com apunta en el seu article Rodríguez Suárez (2008), aquesta no depèn només de la intenció de la persona que transmet la

informació, sinó també de l'efecte que produeix aquesta al receptor, depenent de la susceptibilitat aquest tingui a l'hora de ser persuadit (Rodríguez Suárez, 2008). Per tant, perquè la interacció comunicativa es dugui a terme de manera efectiva cal que, tant el locutor com el receptor, interpretin, compreguin i coneguin la utilitat del missatge. D'aquest article n'extreim que, per tal que el procés comunicatiu sigui exitós, no és suficient transmetre continguts sinó que, hem de saber relacionar-los amb experiències o casos propers perquè aquests siguin més fàcils de recordar o memoritzar (aprenentatge significatiu). Per fer-ho, serà necessari assegurar-se que els interlocutors comparteixen el mateix codi i context, afavorint l'efectivitat del missatge (Rodríguez Suárez, 2008).

Per tal que la percepció de l'alumnat envers el professorat sigui positiva caldrà que aquest entengui la importància, la utilitat i el significat de les tasques que ha de dur a terme. A més, el professor/a haurà d'aconseguir que l'alumne/a se senti responsable dels resultats obtinguts i del seu propi rendiment de manera que s'incrementi així el nivell d'implicació i, al mateix temps, es redueixi el nivell d'absentisme escolar (Ramis Palmer et al., 2007, p. 165).

- **L'esperit de lideratge**

Què podem fer els docents per aconseguir que els membres del grup-classe s'impliquin en el procés d'ensenyament-aprenentatge i augmentin les ganes de seguir formant-se? La resposta la trobem al llibre *Mejor liderar que mandar* on, Jorge Cuervo (2012), apunta que, per aconseguir que els treballadors d'una empresa posin voluntat, passió i seny a les tasques que han de dur a terme, els directius han d'aprendre a ser més creatius i flexibles però, sobretot, han d'esdevenir bons líders. Segons l'autor, depenent de la capacitat de lideratge que posseeixen els dirigents marca la diferència en aspectes com: la mobilització del coneixement entre els diferents nivells organitzatius, la involucració de les persones i l'augment del seu compromís, la facilitat de seguiment i de comunicació, i la permissió de gestionar les resistències al canvi, obrint camí a transformar-les en iniciativa i creativitat (Cuervo, 2012, p.20). Seguin la mateixa línia del que defensa el *Màrqueting Educatiu*, hem d'entendre que, si els centres educatius són empreses, aplicant aquesta

mateixa estratègia de lideratge al món de la docència aconseguirem que l'alumnat faci un canvi de l'*haver de fer* al de *voler fer*.

Si feim una ullada anys endarrere, el concepte *lideratge empresarial*, fa referència a dos responsabilitats fonamentals dels caps d'empresa: indicar als treballadors les tasques que s'havien de fer i, una vegada les haguessin fetes, supervisar-les. En aquest sentit podem dir que aquestes mateixes són les responsabilitats que exerceix avui un docent que segueix un model educatiu tradicional. Coincidint amb les paraules de Jorge Cuervo (2012), apuntem que el lideratge educatiu ha d'evolucionar cap a la mateixa direcció que segueix el model empresarial actual.

Actuar com a líder avui és molt més necessari, difícil i requereix més compromís que en qualsevol altre moment de la història coneguda. No n'hi ha prou amb aconseguir que els nostres equips posin a treballar els seus braços, necessitem també que incorporin a la tasca el seu cor i el seu cervell! I les mateixes dificultats que experimenten els nostres equips davant l'entorn les hem de superar prèviament nosaltres (Jorge Cuervo , 2012, p.19)

Entre les funcions del bon líder d'avui destaquem les relacionades amb l'organització, planificació, direcció i control de tot el que està vinculat amb el seu equip; funcions que, per tant, haurem de dur a terme el bon docent. Ara bé, per esdevenir bons docents, a banda de dominar la comunicació creativa, cal que adoptem una actitud de compromís envers l'adquisició de competències, siguin conceptuals, tècniques i/o socials que ens acostin a ser bons líders entre el nostre grup-classe (vegeu annex 12). Si aquest és l'objectiu, hem de ser conscients que el fet de conèixer quines són les característiques d'un bon líder no és suficient, sinó que caldrà que ens preparem i les posem en pràctica sistemàticament dins l'aula. A propòsit d'això, en paraules de Vallejo (2020) afegim que "no es tracta només de tenir aptituds i ganes, per exercir un bon lideratge es necessita preparació. Creiem que aquesta formació específica, l'experiència i la voluntat de fer-ho són els tres components imprescindibles per a una professionalització de la direcció, que no exclou que alhora siguin



docents” (Vallejo, 2020). Per altra banda, no ens hem d’oblidar que el fet d’exercir o no la capacitat de lideratge dintre de l’aula dependrà només de la voluntat i el compromís que tinguem per fer-ho. Respecte a això considerem que, els docents, en tant que som uns dels agents responsables de garantir que el procés d’ensenyament-aprenentatge sigui de qualitat i exitós, hem de fer tot el que estigui al nostre abast per millorar la nostra capacitat de lideratge, independentment de quines siguin les circumstàncies i el context del grup.

Així, una vegada més, estimem la importància existent respecte que els centres considerin l’opció de proposar cursos o implantar programes<sup>12</sup> de formació docent basats en aspectes claus com el lideratge. D’aquesta manera, els directius i docents entendrien com és d’important la figura del líder dintre dels centres educatius i de les aules, en tant que resulta ser un aspecte clau poder transformar l’alumnat, millorar l’ambient d’aula, impulsar noves metodologies eficients i, amb tot, a motivar l’alumnat a seguir formant-se (Ramis Palmer et al., 2007).

#### • **L’essència dels motius**

La falta de motivació del grup-classe pot sorgir per diferents factors encara que, en moltes ocasions, aquesta està estretament relacionada amb la mala *praxis* comunicativa dels líders, en aquest cas, els docents. El fet que la comunicació sigui una habilitat inherent a l’ésser humà no suposa que tots tinguem la mateixa capacitat de comunicar-nos, així com tampoc duu implícita la predisposició d’aprendre a millorar-la. Tenint present aquest fet, considerem necessari dur a terme una valoració de l’autoeficàcia comunicativa dels docents, ja que sentir-se capacitats de comunicar com cal no és sinònim d’estar capacitats per a fer-ho bé ni de millorar les competències al respecte per poder obtenir així els resultats esperats (Ramis Palmer et al., 2007) dins l’aula.

Com hem anat comentant al llarg d’aquest treball, la desmotivació de l’alumnat es fa molt present a les aules, fins al punt que acaba essent una de les causes

---

<sup>12</sup> Com per exemple el *Programa de Lideratge per a l’Aprentatge 2020*, impulsat per Educaixa amb l’*Institute of Education*. Consisteix en un any d’acompanyament per implementar millores al centre a partir de l’enfortiment de les competències de lideratge de l’equip directiu. Amplieu informació a <https://obrasociallacaixa.org/ca/programa-la-caixa-lideratge-aprenentatge>

principals de l'abandonament i fracàs escolar. Al seu article, González i Cutanda (2015), fan èmfasi en el fet que per tal de millorar aquesta problemàtica cal, en primer lloc, incrementar l'implicació i la motivació del professorat respecte a la pròpia formació. Aquesta hauria de basar-se principalment en conscienciar als docents de la necessitat d'adquirir competències que permetin detectar i prevenir situacions d'abandonament i intentar revertir les existents (González i Cutanda, 2015). Per arribar a aconseguir-ho caldrà abans cercar quins motius són els que poden fer canviar les actituds i ganes envers la formació, tant dels professors/es com de l'alumnat.

Remuntant-nos al passat descobrim que, el psicòleg Frederick Herzberg, exposava la forta relació existent entre la motivació i la satisfacció (Herzberg, Mausner i Bloch, 2017). Des de llavors, s'ha seguit analitzant i defensant aquesta teoria<sup>13</sup> per demostrar el poder que ambdós conceptes exerceixen amb relació a la millora dels processos i resultats. L'explicació d'això recau en el fet de sentir-se bé en un context determinat influeix en la predisposició i la implicació que té una persona a l'hora de realitzar una determinada tasca (Ramis Palmer et al, 2007).



**Gràfic 5.** Cadena relacional entre la satisfacció personal i la motivació a l'hora de millorar els resultats educatius. Elaboració pròpia.

Per tant, entenent el centre educatiu com una entitat empresarial no lucrativa, de la mateixa manera que el cap d'una empresa no pot esperar que els seus treballadors estiguin motivats a la feina si no veuen cobertes les seves necessitats, un docent tampoc pot esperar obtenir aquest resultat entre el seu

<sup>13</sup> Referint-nos a la *Teoria dels dos factors* de Herzberg. Per ampliar informació vegeu l'annex 13.

alumnat si el context no és l'adequat. Per aquest motiu, tornant a les autores González i Cutanda, cal que el docent enfoqui les classes de formació professional cap a un ensenyament pràctic, on els alumnes es puguin sentir implicats en un determinat projecte des del primer dia. El que pretenem no és defensar que aquest fet sigui una fórmula matemàtica que resoldrà la problemàtica existent, i menys, tenint en compte la diversitat present a les aules, però sí que considerem que ajudarà als docents a entendre quin paper han d'exercir i quines competències transversals han de reforçar per poder pal·liar-la (González i Cutanda, 2015).

Analitzar l'habilitat comunicativa del professorat (entenen-lo com el líder d'una organització) ens permetrà descobrir quines competències haurà d'adquirir en tant que la manca d'aquestes poden afectar, directament o indirectament, al rendiment i la motivació del seu alumnat. En aquest sentit, analitzar el grau de persuasió que exerceix el docent sobre el seu alumnat serà clau, així com valorar la percepció que té l'alumnat respecte a les habilitats comunicatives d'aquest, en tant que això explicarà que es puguin assolir els objectius i rendiments contemplats prèviament (Ramis Palmer et al., 2007).

Altrament, el fet de ser capaç o tenir habilitats, destreses i coneixements per dur a terme una tasca no predisposa que l'alumnat tengui la voluntat de posar-ho en pràctica. En aquest cas, cal que el docent apliqui tècniques que li permetran motivar l'alumnat abans que vulgui despenjar-se. Aconseguir que l'alumnat es senti capaç de fer la tasca suposarà que aquest entri en un estat afectiu cognitiu que el predisposarà a l'acció. Incentivar aquesta creença autoreferida predisposa a una activació de l'esforç i a una persistència en aquest, és a dir, suposa un antecedent clar de la motivació (Ramis Palmer et al., 2007, p. 165).

- **L'èxit creatiu**

Quan diem que alguna cosa és creativa solem fer referència a quelcom que és original, estètic o interessant però rares vegades ho relacionem a alguna cosa que tengui utilitat. Encara que és cert que la creativitat busca destacar els aspectes indicats, la seva meta principal és destacar la utilitat de les coses. Si

extrapolem aquesta característica a la docència, entendrem que la creativitat comunicativa és essencial a l'hora de convertir l'ensenyament en quelcom útil i atractiu per a l'alumnat. Ara bé, com ja sabem, els docents hem de dur a terme la nostra programació formativa basant-nos en la normativa curricular, tot i que disposem de certa llibertat a l'hora de planificar el curs escolar. I, precisament en aquest punt és on considerem que és important destacar la importància que té el fet que els docents adquireixin o millorin les seves competències creatives. Aquest fet marcarà la diferència a l'hora de garantir l'èxit escolar, la pal·liació de les taxes d'abandonament escolar i altres problemes que se'n deriven atesos que la creativitat comunicativa del docent exerceix una influència total a l'hora d'engrescar l'alumnat (Soler Costa, 2012).

Una errada força habitual del personal docent és pensar que la creativitat és cosa d'artistes, un do que algunes persones van desenvolupant al llarg dels anys i que, per tant, no es pot aprendre ni ensenyar. El que exposem aquí és que hi ha moltes formes de ser creatius i que és important conèixer i dominar les tècniques i estratègies que es poden utilitzar a les aules. Els docents hem d'entendre que són molts els beneficis que ens aporta el fet d'oferir als alumnes una programació creativa, tant dins com fora de l'aula. Si els docents adquirim competències creatives, podem motivar més a l'alumnat, aconseguir que ens escoltin activament, reforçar la relació entre el grup-classe, reduir les taxes d'abandonament, millorar la convivència i el procés d'ensenyament-aprenentatge, etc. A més d'això, veurem canvis positius respecte a la pròpia motivació envers la professió, augmentant així el reconeixement de la feina per part de la comunitat educativa, entre d'altres.

A diferència de la idea preconcebuda que té la societat, hem de recalcar que la creativitat no està lligada a cap especialitat en concret ni tampoc s'assoleix sense haver de treballar-la (Soler Costa, 2012). Els docents hem d'aprendre a fomentar la nostra creativitat per poder desenvolupar-la a l'aula i ensenyar als nostres alumnes a com ser-ho. D'aquesta manera aconseguirem formar persones que demostrin tenir iniciativa i afany de superació, que proposin solucions útils i originals; persones dispostes a afrontar entrebancs, flexibles i

que tinguin la capacitat de visió de futur, tant en la seva vida personal com professional (Betancourt, 2007).

## **6. Desenvolupament de la proposta**

---

### **• Premisa**

Tot seguit presentarem una proposta formativa que, malgrat estar enfocada al CFGS de Màrqueting i Publicitat, considerem que pot ser aplicable a qualsevol altre cicle o mòdul, independentment de quina sigui la família professional. A banda d'això i per tot el que s'ha exposat al llarg d'aquest TFM caldrà que tant l'equip directiu com els docents implicats en la proposta, hagin dissenyat, sol·licitat i rebut una formació específica (vegeu annex 14) centrada en l'adquisició de competències comunicatives i creatives necessàries per garantir l'èxit del projecte (vegeu annex 15).

### **6.1 Contextualització**

La motivació principal dels alumnes que es matriculen als cicles de formació professional és apropar-se, de cada vegada més, al sector empresarial i laboral. Com a docents, hem de tenir present que molts d'aquests/es alumnes no se senten atrets per fet de seguir formant part del sistema educatiu actual però entenen que així tenen més possibilitats d'aconseguir un lloc de treball qualificat. Ara bé, observant de la taxa d'inserció laboral dels titulats d'FP de *CFGS en Màrqueting i Publicitat* del curs 2016/17, trobem que les Balears és del 44% (GOIB, 2019c), situant-nos entre les més baixes de totes les famílies professionals. Partint d'aquest fet, és comprensible que les matrícules disminueixin, que l'alumnat estigui desmotivats a l'aula, que els resultats no siguin els esperats i que la taxa d'abandonament sigui tan elevada. Ara bé, encara que aquestes dades semblin desesperançadores, la problemàtica real que detectem respecte al sector que ens ateny és ben diferent. Analitzant les dades disponibles al *Pla Integral de Formació Professional de les Illes Balears 2018-2021*, la família professional de *Comerç i Màrqueting* es troba a una

situació d'infrarepresentació formativa<sup>14</sup> (GOIB, 2018), oferint-se a cinc centres diferents; tres són públics i dos privats (MEFP, 2020), un dels quals ha sigut incorporat recentment a les estadístiques.

Una vegada posats en context de la situació actual a les Balears, considerem pertinent fer un incís en les xifres estadístiques que presenta la mateixa titulació al País Basc, referent pel que fa a la Formació Professional. En aquest cas, destaquem que el nombre total de centres que imparteixen el CFGS ascendeix a deu, tots aquests de caràcter públic (MEFP, 2020) i, segons un estudi realitzat pel *Servicio Vasco de Empleo* l'any 2016 generaren una taxa d'inserció laboral del 80% i els dos següents anys es mantingué el valor al 78% (Lanbide, 2019). En certa manera, aquesta dada pot ser entesa com una peculiaritat diferenciadora més entre les dues comunitats o com una prova esclaridora de com la innovació metodològica influeix molt a l'hora que els alumnes l'apostin i confiïn en el fet que decantar-se per la Formació Professional és una aposta segura per aconseguir un contracte de treball (vegeu annex 16). Sigui com sigui, el que queda evidenciat amb aquestes dades és que hi ha un desequilibri important entre l'oferta formativa i la demanda del sector empresarial per respecte al món del màrqueting i publicitat de les Balears. Així, considerem que la proposta formativa que presentarem a continuació aconseguirem posar de manifest que: 1. La comunicació i la creativitat són aspectes claus per aconseguir la innovació metodològica dels centres, 2. Motivar l'alumnat és possible si el sistema s'adapta a les seves necessitats i 3. La taxa d'inserció laboral de l'alumnat augmentarà en aquesta especialitat si s'ofereix una educació de qualitat.

## **6.2 Descripció i objectiu de la proposta formativa**

En aquest treball hem analitzat la necessitat d'adequar la Formació Professional a les característiques del món empresarial entenent que, els centres educatius són, en essència, una empresa. A més, hem exposat que una solució possible per fer front a la problemàtica educativa present a les Illes

---

<sup>14</sup> Família professional infrarepresentada respecte a l'oferta formativa comparat amb el seu pes que té dins l'estructura productiva.

Balears recau en la implantació d'eines i estratègies utilitzades en termes de màrqueting. La idea que tot seguit exposarem sorgeix de la voluntat d'aglutinar tots aquests factors amb l'objectiu d'oferir uns estudis superiors de qualitat, on quedi palesa la intenció de cobrir i adaptar-se a les expectatives i necessitats dels protagonistes principals; els alumnes del *CFGS de Màrqueting i Publicitat*.

La proposta consisteix en que l'alumnat posi en marxa una campanya de *Branding Escolar* que reforci els aspectes positius i diferenciadors del centre i, en particular, dels estudis en Formació Professional. Cal assenyalar que, per aconseguir els objectius plantejats en aquesta proposta (motivar els agents implicats, enriquir el procés d'ensenyament-aprenentatge, millorar la imatge del centre, adquirir competències tècniques i transversals, etc.), caldrà que la proposta no es basi en simples simulacions, sinó que s'implanti de veritat al centre. D'aquesta manera, a més d'adaptar els estudis de Formació Professional al *modus operandi* empresarial, es podrà fer un seguiment detallat sobre l'evolució dels coneixements adquirits, ja que les hauran de posar en pràctica diàriament. A continuació presentem una taula comparativa per entendre el paper que tindran els diferents agents educatius en relació amb el sector empresarial una vegada es dugui a terme la proposta plantejada:

<b>Món empresarial ➔ Món educatiu</b>	<b>Paper que desenvoluparà</b>
Empresa ➔ Centre	Possibilitat de disposar d'instal·lacions i recursos necessaris per dur a terme la campanya.
Empresari ➔ Equip Directiu	Encarregat d'autoritzar, limitar, coordinar i cooperar en el disseny i planificació previ a la posada en marxa de la campanya.
Departament ➔ Mòdul	Marcaran els continguts, els objectius, les funcions, les accions, activitats, etc. que s'hauran de dur a terme perquè la campanya sigui un èxit.
Cap de Departament ➔ Professor/a	Responsable de guiar, liderar i avaluar l'equip que estirà al càrrec de dur a terme la campanya. També haurà de coordinar la comunicació i cooperació entre els departaments i la resta d'agents implicats en la campanya.

Món empresarial	Món educatiu	Paper que desenvoluparà
Treballadors/es	➔ Alumats CFGS	Són el motor del centre-empresa ja que, sense aquests no es podria dur a terme la proposta. La seva funció és implicar-se al màxim en tot el que calgui per garantir l'èxit d'implantació de la campanya.
Marc empresarial	➔ Comunitat Educativa	Factors externs que influeixen en el desenvolupament de la campanya i sobre els quals s'haurà de basar aquesta (clients, entorn, tecnologia, normativa, competència, legislació, etc.).

**Taula 1.** Comparació dels agents educatius amb els agents empresarials dintre del context de la proposta formativa del CFGS de Màrqueting i Publicitat. Elaboració pròpia.

La proposta formativa que presentem no pretén ser un disseny tancat sinó que serà susceptible de canvis i millores constants per tal d'adequar-se a les necessitats, presents i futures, del mercat educatiu i laboral. Els membres del *Departament de Comerç i Màrqueting* seran els responsables de la planificació, gestió, seguiment, millora i avaluació de la proposta. Per fer-ho comptaran amb el suport de l'equip directiu del centre i també amb la col·laboració dels departaments que tinguin interès per formar-ne part. Es tracta per tant d'una proposta flexible que permet adaptar-se als diferents contextos possibles, de manera que es pot aplicar a un mòdul/mòduls concrets del cicle formatiu en qüestió, a la totalitat d'aquests o bé, en coordinació amb alguns mòduls d'altres disciplines formatives (vegeu annex 17). Tot i això, considerem que per tal d'enriquir la proposta de realisme, dinamisme i crear un vincle empresarial, l'ideal seria que, en major o menor mesura, els mòduls que integren la titulació siguin participants del projecte. Els motius generals pels quals considerem que impulsar una campanya de *Branding Escolar* és una proposta encertada dintre del marc curricular de la Formació Professional i especialment pel que fa al CFGS de Màrqueting i Publicitat són els següents:

- Adaptar el procés d'ensenyament-aprenentatge a la pràctica i experiència professional durant tot el curs escolar.



- Fer més atractiva i motivadora l'oferta educativa de la Formació Professional suposant això una millora a les taxes d'abandonament escolar.
- Fomentar el treball i l'aprenentatge cooperatiu així com les relacions i la comunicació entre els docents-alumnes / alumnes-alumnes / docents-docents.
- Aplicar els continguts i les eines-estratègies pròpies dels mòduls del *CFGS de Màrqueting i Publicitat* suposant això l'adquisició de les competències, aptituds i capacitats necessaris pel seu desenvolupament personal i professional.

A continuació passarem a detallar en quins aspectes es veuran beneficiats els agents implicats directament amb la campanya de *Branding Escolar*.

### **6.2.1 Avantatges**

A banda d'estar dissenyat per garantir l'assoliment dels objectius i competències presents a la normativa curricular del *CFGS de Màrqueting i Publicitat* (vegeu annex 18), la implantació d'aquesta proposta formativa suposarà una sèrie de beneficis per a tots els agents que conformen la comunitat educativa. A continuació detallem els que considerem més rellevants.

#### **• Alumnat**

El fet que els i les alumnes siguin participants actius del projecte farà que augmenti el sentiment de pertinença al grup-classe i de saber-se una peça clau d'aquest. El fet de reforçar i estimular l'aprenentatge de competències transversals ajudarà a fer que aquest es mostri més confiat, motivat i implicat a l'hora de fer les tasques. La millora de l'actitud individual suposarà també la millora del clima d'aula fomentant les connexions intrapersonals i, en conseqüència, una predisposició ferma cap a l'aprenentatge cooperatiu. A més, el fet que el projecte pugui suposar una oportunitat laboral farà que s'estimulin aspectes com la superació personal, la competitivitat, el pensament crític i estratègic, la creativitat, etc.

- **Docents**

Els docents es veuran beneficiats atesos que la millora actitudinal de l'alumnat facilitarà el procés d'ensenyament-aprenentatge i l'assoliment dels objectius desitjats. Facilitarà l'adaptació als ritmes d'aprenentatge dels individus, així com atendre amb més deteniment les característiques particulars de l'alumnat. A banda d'això, el fet de ser capaç de gestionar i liderar el seu grup-classe augmentarà significativament la motivació que tindran els docents a l'hora de desenvolupar la seva feina (planificar, dissenyar, avaluar, etc.) i formar-se. El fet d'actualitzar els seus coneixements i capacitats per poder adaptar-se als requisits del sistema educatiu i laboral suposarà un canvi significatiu per a ells en tant que se sentiran més preparats per enfrontar-se a nous reptes. D'aquesta manera, la comunitat educativa valorarà positivament els esforços dels docents, reduint així les possibilitats de que els docents arribin a patir la Síndrome de Burnout<sup>15</sup>.

- **Centre educatiu**

Avui dia, no és una novetat que el fet d'implantar metodologies innovadores millora molt la imatge del centre. Aquest projecte, a més suposar una crítica favorable per part dels agents educatius (alumnat, famílies, etc.), també serà apreciada per part del sector empresarial. El centre, esdevindrà un referent més atractiu pels interessats en aquest sector professional, en tant que s'adaptarà a les demandes actuals. A més d'això, cal destacar que els centres que aposten per la formació i actualització contínua del professorat són els més apreciats per tota la comunitat educativa. A banda d'això, cal recalcar que el fet de millorar l'actitud i els resultats acadèmics de l'alumnat, també suposaria un gran canvi pel que fa a la reducció de les taxes d'abandonament escolar prematur i de les conductes contràries a les normes de convivència, problemàtica present a molts dels centres educatius de les Balears.

---

<sup>15</sup> Segons la l'Organització Mundial de la Salut (OMS), considerat com un trastorn que afecta a nivell emocional i psicològic als treballadors que es troben en un estat d'estrès i ansietat (s'en deriva l'expressió 'estar cremat'). Amplieu informació a [https://www.who.int/occupational\\_health/publications/pwh3sp.pdf?ua=1](https://www.who.int/occupational_health/publications/pwh3sp.pdf?ua=1)

- **Sector empresarial**

El món empresarial canvia a gran velocitat per tal d'adaptar-se a les demandes de la societat actual i, sobretot en termes de màrqueting i publicitat, sector que ens ateny en aquest cas. Això suposa un entrebanc molt gran per a l'alumnat de l'FP en tant que el sistema educatiu actual no s'actualitza ni adapta al ritme dels canvis reals. Aquest fet desencadena entre els empresaris un clima de poca confiança envers el poder de la formació professional d'avui. Per una banda, la gran taxa d'abandonament escolar suposa que les empreses hagin de contractar personal no qualificat per cobrir els llocs de treball i, per l'altra, el sistema no garantitza que els i les alumnes titulats hagin adquirit les competències i habilitats necessàries per enfrontar-se al món laboral actual. A l'efecte de millorar les dificultats entre el sector educatiu i empresarial, el projecte que proposem es basa a reforçar les sinergies intersectorials (formatiu i laboral), augmentant així els compromisos i la cooperació d'ambdues parts per oferir una formació de qualitat adaptada a cobrir les necessitats, principalment, de l'alumnat.

Encara que es faci evident les fortaleeses i els avantatges que suposa la proposta, també cal fer un petit incís sobre les debilitats que presenta i els entrebancs que poden sorgir a l'hora d'implantar aquest tipus de metodologies formatives als centres, en tant que les condicions d'aquests no sempre afavoreixen la innovació educativa (vegeu annex 19). Per una banda, destaquem que una de les dificultats principals és la lentitud del procés en tant que des del disseny a la implantació de la proposta poden passar mesos i fins i tot anys (MEFP, 2019), a excepció del que succeeix País Basc, que poden arribar a reduir els terminis a quatre mesos . Malgrat que considerem que són fets de cada vegada menys freqüents, ens podem trobar que l'equip directiu del centre o membres del claustre que encara siguin defensors de seguir un model formatiu de caràcter més tradicional. Aquest fet, encara que no impossibilita que es pugui implantar la proposta en l'àmbit d'aula sí que pot influir en els resultats finals. Per tant, serà important insistir en el fet que els agents implicats en aquesta proposta reuneixin les competències i capacitats necessàries per

dur-la a terme de la manera més eficient i exitosa possible. A tal fi, tal com hem assenyalat en aquest treball, caldrà assegurar que el professorat ha assistit i aprofitat les hores de formació al centre per tal de poder garantir la implantació exitosa de metodologies innovadores adaptades als requeriments de la comunicació creativa del s. XXI.

### **6.3 Metodologia**

Al llarg del curs del *Màster en Formació del Professorat* hem pogut analitzar diferents metodologies innovadores que, com a docents, tenim la responsabilitat de desenvolupar si volem assegurar un context educatiu de qualitat. Partint de la base que la nostra proposta formativa compleix amb els requisits estratègics establerts pel *Pla de Formació del Professorat* vigent (GOIB, 2016), considerem que els àmbits i continguts formatius han de materialitzar-se amb la implantació de “metodologies innovadores d’aprenentatge que facilitin el treball per competències com el treball per projectes, l’aprenentatge cooperatiu, l’aprenentatge experiencial, l’aprenentatge basat en problemes o l’aprenentatge amb sentit” (GOIB, 2016, p.25). A més d’això, caldrà que aquestes permetin el desenvolupament del “pensament creatiu, lateral, intuïtiu, sistemàtic i reflexiu” (GOIB, 2016, p.25), a la vegada que afavoreixin també “la recerca dins l’aula, l’avaluació dels processos d’aprenentatge i la innovació educativa”(GOIB, 2016, p.25).

Entenent que els estudis de Formació Professional presenten unes característiques peculiars, considerem que encasellar la proposta seguint un model metodològic concret no és l’opció més indicada. El que pretenem aconseguir amb aquesta proposta és que els alumnes experimentin una aproximació el més real possible al que es trobaran una vegada entrin a formar part del món laboral. Per tant, el que hem de reivindicar amb la metodologia utilitzada és que l’alumnat pugui tenir una visió general dels ritmes, processos i característiques pròpies de l’activitat professional, la qual cosa permetrà assegurar-ne l’assoliment dels objectius i les competències individuals, tant personals com professionals. Per tant, amb l’objectiu d’adaptar-se a la innovació educativa i a les peculiaritats de la proposta, proposem que aquesta

sigui una sinergia entre les fortaleeses principals presents als models educatius més actuals (vegeu annex 20) i les eines i estratègies que posa al nostre abast el sector empresarial del de màrqueting i comunicació.

En tant que el que plantejem en aquest treball és dur a terme una campanya de *Branding Educatiu* que pot aglutinar més d'un mòdul del CFGS de Màrqueting i Publicitat es fa molt complicat determinar quin tipus de metodologia utilitzarà cada docent dintre de l'aula. Ara bé, el que sí que podem assenyalar és que, tant per part dels membres del departament com de l'equip directiu del centre, serà necessari determinar, consensuar i enumerar les recomanacions que s'hauran de seguir per tal d'adaptar-se a la proposta. Respecte d'això, el que proposem és que es treballi per *blocs de continguts*<sup>16</sup> basant-se en la normativa vigent respecte a la qualitat i la innovació educativa en el context de la Formació Professional.

#### **6.4 Activitats**

Determinar les activitats que es duran a terme durant tot el curs escolar dels diferents mòduls que conformen el cicle formatiu no és el més rellevant de la proposta, en tant que el disseny i elecció d'aquestes dependrà molt de les característiques de l'alumnat, del professorat, del context empresarial, etc. Tal com hem exposat a altres apartats, aquesta és una proposta flexible, susceptible a canvis, millores i oberta a la participació dels agents de la comunitat educativa. Aquesta característica, encara que enriqueixi la proposta també en complica la seva previsió atesos que, la programació podrà variar en poc temps d'antelació depenent de les circumstàncies i la demanda del sector empresarial del moment. Tenint en compte aquesta peculiaritat, el que podem assegurar és que les activitats, encara que segueixin una línia més o menys similar (vegeu annex 21), els docents les hauran d'actualitzar a l'inici del curs escolar adaptant-les segons els resultats obtinguts anteriorment. També, els docents tenen el compromís d'analitzar, ampliar i millorar els seus

---

<sup>16</sup> Referent a les estreses bàsiques que ha de tenir un/a alumne/a per anar ampliant progressivament la seva capacitat de comprensió envers els continguts d'una o varies matèries.

coneixements envers la professió i extrapolar aquests canvis als materials i recursos emprats durant el procés d'ensenyament-aprenentatge.

Tot i això, tal com hem assenyalat a l'apartat anterior, caldrà que els docents programin les activitats seguint les variables essencials dels processos innovadors com les que recull el *Marc de la innovació pedagògica a Catalunya*: 1. Que parteixin d'un repte/necessitat o millora, 2. Que es basin en les prioritats del centre/sistema educatiu, 3. Que fomentin la participació i el compromís dels agents implicats, 4. Que es planifiquin d'acord amb als objectius, actuacions, recursos i temporalitat disponible, 5. Que fomentin la pràctica reflexiva, el treball en xarxa, l'esperit crític i la cooperació, 6. Que permetin l'avaluació del procés i l'anàlisi dels resultats obtinguts, 7. Que es puguin consolidar i sistematitzar i, per últim, 8. Que siguin transferibles a la realitat pràctica (Generalitat de Catalunya, 2017).

#### • **Recursos i materials**

La proposta es podrà dur a terme en condicions òptimes sempre que els agents implicats disposin d'una sèrie de recursos i materials. A continuació, prenent de referència els que es determinen al currículum, detallem els que considerem els més importants:

- Tecnològics: ordinadors o tauletes (propis i/o del centre), programes informàtics específics (disseny, processador de text, edició, etc.), projector, pissarra digital (si escau), telèfons de taula, plataforma digital i aparells enregistradors d'audiovisuals.
- Connexió telefònica i a Internet, plataformes digitals, comptes de correu institucionals i compte en xarxes socials.
- Material d'oficina, impresos i pissarra convencional.

### **6.5 Avaluació**

#### • **Criteris d'avaluació**

A l'hora de decidir el tipus d'avaluació que es durà a terme durant el curs escolar la majoria del professorat té la tendència a relacionar-ho amb la

valoració objectiva dels aprenentatges que ha adquirit l'alumnat durant el procés d'ensenyament-aprenentatge. A més d'aquesta però, cal tenir present que, per tal d'oferir una educació de qualitat i a fi d'actuar partint de la responsabilitat que suposa la pràctica docent, cal que interioritzem la importància que té el fet d'autoavaluar la pràctica docent, en tots i cada un dels aspectes en que ens desenvolupem professionalment. Així, adoptar una visió crítica envers la metodologia utilitzada en el procés educatiu, la planificació i temporalització de les activitats, els continguts treballats, la formació i adquisició de competències, les habilitats i destreses així com les capacitats i les debilitats professionals, etc. serà un factor clau per poder evolucionar, adaptar i millorar la proposta cap al model educatiu innovador que necessita la Formació Professional. Aquest fet posarà en valor, haver d'avaluar els resultats obtinguts d'aplicar la proposta i saber si s'han aconseguit els objectius i l'impacte que se n'esperava (vegeu annex 22).

Malgrat que, el model avaluatiu pugui variar depenent de les preferències de cada un del professorat pel que fa al seu mòdul, el que sí que podem determinar és que, atenint-nos a les característiques de la proposta, l'avaluació d'aquesta s'haurà de dur a terme segons els següents criteris: 1. Serà contínua i personalitzada, 2. Haurà de regir-se en compte la normativa i exigències curriculars del cicle formatiu en qüestió.

Aquesta proposta té l'objectiu de preparar l'alumnat per arribar a ser un bon professional a la vegada que un bon ciutadà. A tal fi, a més d'avaluar els processos, els coneixements, les activitats, el compromís, les competències tècniques i socials, etc. de l'alumnat, els docents també haurem d'observar i valorar altres aspectes, igual d'importants, com ara les actituds transversals que presenta aquest, tant individuals com grupals. Respecte a aquestes es val a dir que, encara que els docents disposem de prou llibertat per decidir quins aspectes s'avaluaran i quins no dintre de l'aula, caldrà definir quins són els mínims a escala de departament, els quals hauran de ser compartits, consensuats i aplicats a tots els mòduls implicats en la proposta.

Sense entrar en detalls de cap mòdul en particular, podem indicar que algunes de les que considerem més rellevants a l'hora de formar professionals preparats per iniciar-se al món laboral són: 1. L'autonomia a l'hora de treballar, 2. La puntualitat i assistència de l'alumnat a les sessions presencials i virtuals, 3. El compliment de les entregues dintre dels terminis estipulats, 4. Demostrar tenir iniciativa i actuar amb responsabilitat, 4. Capacitat de resoldre problemes i d'adaptar-se als canvis, 5. Afrontar els reptes amb creativitat. Per altra banda, també caldrà tenir en compte: 6. El comportament i la participació de l'alumnat durant les sessions, 7. L'aptitud i predisposició de treballar en equip, 8. Adoptar actituds enfocades a afavorir un bon clima d'aula i a millorar la convivència al centre, 9. Respectar i complir les normes recollides al *PEC*<sup>17</sup> i, per últim, 10. Promoure el compromís i la responsabilitat personal, social i empresarial.

Per avaluar aquesta proposta, l'alumnat i la resta d'agents participants, considerem pertinent exposar que, malgrat que la susceptibilitat als canvis i millores constants que poden sorgir a la programació (atesos a la flexibilitat de la proposta plantejada), serà important determinar alguns dels aspectes generals a l'hora d'avaluar. En primer lloc caldrà que, abans d'iniciar el procés d'ensenyament-aprenentatge, els agents implicats en la proposta hauran de conèixer quins seran els ítems, mètodes i instruments mitjançant els quals seran avaluats per tal d'adequar-s'hi des del primer moment. I, en segon lloc, el disseny avaluatiu de cada mòdul haurà de donar resposta a: *què* avaluarem, *com* ho avaluarem, cada *quant* ho farem i quin és l'*objectiu* d'avaluar-ho. Tot seguit exposarem algunes d'aquestes qüestions:

- **Instruments, tècniques i mètodes d'avaluació**

Depenent de quin sigui l'agent que hàgim d'avaluar haurem de recórrer a diferents instruments, tècniques i mètodes quantitativs i qualitativs:

- Proposta/Projecte

S'avaluarà a partir de mètodes quantitativs que permetin comparar i analitzar els resultats obtinguts arran de la seva implantació al centre i al cicle formatiu

---

<sup>17</sup> Projecte Educatiu de Centre on és recull, entre altres coses, el Pla de Convivència.



(satisfacció dels alumnes/professorat, millora del clima escolar/resultats, etc.). Els instruments que s'utilitzaran seran: proves externes, registres de control, qüestionaris i registres del centre pre-post implantació de la proposta, *Diagrama de Gantt*, entre d'altres. Aplicarem el model ADDIE<sup>18</sup>.

- Alumnat

Per avaluar l'alumnat caldrà que tots els docents que hi participin dissenyin diferents rúbriques (incloent-ne d'autoavaluació i coavaluació) on aniran anotant les qualificacions individuals i grupals obtingudes a les tasques, així com durant el procés de realització d'aquestes. En aquestes rúbriques, a banda d'avaluar-se l'assoliment dels continguts, també s'hi hauran d'incloure les competències transversals i actitudinals avaluables de l'alumnat. També es faran servir *check-lists* en resposta única de sí/no i dianes per tal de tenir una visió global de les fortaleeses i debilitats del procés formatiu dels individus. Els ítems avaluables hauran de ser consensuats pels membres del departament.

- Professorat

Els professors/es hauran d'avaluar tant la proposta educativa com la seva planificació, gestió, implantació, etc. A més d'autoavaluar-se, també serà necessari reflexionar sobre els resultats obtinguts i elaborar un pla de millora de la seva pràctica docent. Per tal de fer-ho, des del departament s'hauran de dissenyar rúbriques o el que es consideri més adequat per consens (qüestionaris, check-list, etc.) que permetin avaluar la seva pràctica docent. Aquestes es posaran a disposició dels alumnes i dels companys/es de departament quinzenalment.

Cal afegir que tots els agents participants en la proposta estaran subjectes a l'avaluació mitjançant mètodes qualitius, en tant que aquests són una part fonamental per a la millora del procés innovador (entrevistes, reunions, etc.). Aquests possibilitaran obtenir informació rellevant sobre la percepció i la repercussió que tindrà la proposta formativa dintre del sector empresarial i de la comunitat educativa.

---

<sup>18</sup> De les sigles *Analitzar, Disenyar, Desenvolupar, Implementar i Evaluar*.

Per últim, indicar que a escala de departament s'haurà de decidir com i quan es duran a terme les recuperacions en cas que l'alumnat no hagi superat algun BLOC del mòdul/s. En cap cas es podrà recuperar la nota corresponent a l'avaluació del procés de realització de les tasques, atesa la naturalesa de la proposta.

- **Temporalització**

La titulació de *Tècnic/a Superior en Màrqueting i Publicitat* tenen una duració total de 2000h, a les quals li haurem de descomptar les 440h de Pràctiques en Centres de Treball (externes al centre) a l'hora de planificar la temporalització de la programació. Pel que fa a la proposta, considerem que la millor opció per enriquir molt més la formació (fomentar la cooperació, la motivació de l'alumnat, apropar-se a la realitat del món empresarial, etc.) és que aquesta es dugui a terme a partir de l'inici dels estudis fins a la seva finalització, és a dir, tingui una continuïtat més enllà d'uns mòduls concrets o del curs escolar. Considerem que aquesta planificació és la més adient per tal que l'alumnat s'involucri més a l'hora de realitzar les activitats. A més d'això, el fet que la campanya es dugui a terme, simultàniament, al llarg del 1r i 2n curs del *CFGS de Màrqueting i Publicitat* suposarà que els alumnes es sentin menys temptats a abandonar els estudis, en tant que seran i es sentiran plenament vinculats amb el projecte, al qual saben que la seva participació resulta ser una peça fonamental. Aquest fet farà que els i les alumnes se sentin més realitzats i motivats per continuar els estudis de Formació Professional al centre i, d'aquesta manera poder seguir participant, analitzant i transferint els resultats de la campanya a la vida real i com una experiència formativa-laboral a caire personal. Altrament, hem de tenir en compte que, malgrat que seria possible implantar la proposta només a un dels nivells, el fet que s'implanti als dos reforçarà l'esperit innovador, cooperatiu i globalitzador de la formació, alhora que possibilitarà la connexió, la comunicació, la transferència i la consolidació de la proposta amb el món exterior.

Per tant, tenint en compte les particularitats de la proposta, entesa com un centre-empresa en tot el seu conjunt, la programació de la temporalització és

molt elàstica. Els docents, depenent de la metodologia que utilitzin a l'aula i de les hores lectives de cada mòdul particular, hauran de determinar el tant per cert de les hores que destinaran a la campanya de *Branding Escolar*. En cap cas les hores dedicades a treballar en la campanya podran ser menors a les que s'estipulin, quinzenalment, a escala de departament per tal de garantir la correlació i simultaneïtat de la campanya als diferents mòduls i la consecució dels objectius dintre dels terminis establerts prèviament.

## 7. Conclusions

---

Les evidències exposades al llarg del present TFM ens han apropat a la realitat de la FP a les Illes Balears, la qual mostra la necessitat de canvi en el model educatiu per adaptar-se als temps que corren. Així, una vegada detectats els principals problemes que presenta aquesta línia formativa, i un cop analitzat el perquè de l'èxit d'altres comunitats, especialment el del País Basc, hem pogut elaborar una proposta transformadora del model actual.

Dit això, hem pogut observar com un dels principals factors influents per a la millora del sistema de la Formació Professional és la preparació i implicació dels docents, especialment en l'àmbit de comunicació creativa. Així mateix, el fet de focalitzar la nostra proposta dintre del CFGS de Màrqueting i Publicitat, fa que les estratègies que giren entorn al sector empresarial, juntament amb les competències professionals dels docents, siguin fàcilment aplicables als mòduls d'una forma interdisciplinària.

La nostra proposta ha esdevingut una cruïlla entre la formació acadèmica de l'FP i la formació empresarial, ja que és innegable que en un model innovador ambdós elements haurien d'anar de la mà. D'aquesta manera, el centre es converteix, pels alumnes i professors, en una empresa on els estudiants van evolucionant acadèmicament i professionalment dintre d'un entorn que els permeti un aprenentatge de tipus significatiu, a la vegada que adquireixen l'experiència necessària per a la seva inclusió dins el món laboral.

D'aquesta manera, tal i com ens plantejarem a l'inici d'aquesta investigació, el fet que l'alumnat es converteixi en l'actor principal del procés d'aprenentatge mitjançant metodologies innovadores, resulten essencials per potenciar la creativitat dels mateixos alumnes, a la vegada que es millora significativament la pràctica docent. Tal com mostren les dades estadístiques i els autors analitzats, amb l'aplicació d'aquest tipus de metodologies s'obtenen resultats positius envers la seva satisfacció, grau de compromís i motivació, que permeten a l'alumnat adquirir les competències clau que el convertiran en un professional de qualitat. Paral·lelament, aquest fet implicarà una disminució de l'absentisme i la falta de motivació, els quals continuen essent avui dia un dels principals problemes de l'FP tradicional.

Finalment, cal considerar les oportunitats que presenta la proposta educativa a l'hora d'acabar amb la problemàtica existent a la majoria de centres educatius, més enllà d'afectar a la Formació Professional. Per aquest motiu, avui dia és essencial que els centres dissenyin i implantin campanyes de *Branding Escolar*. Aquestes, a més de significar una activitat enriquidora per a tots els agents implicats, serveixen també per potenciar les seves fortaleces i identificar-ne les debilitats. D'aquesta manera, s'aconseguirà transformar la imatge del centre, tan dintre com fora de les seves fronteres. Així, amb els recursos disponibles i una formació eficaç, basada en eines i estratègies de comunicació creativa, l'FP de les Illes Balears esdevindrà un model atractiu per aquell l'alumnat que possiblement hauria estat un nou cas d'abandonament escolar.

## 8. Bibliografia

---

### Referències bibliogràfiques:

#### Pàgines web

Formació i innovació educativa de les Illes balears. (2016). *Què és la plataforma formació i innovació educativa de les Illes Balears?* Recuperat de <http://formacioinnovacio.cat/>

GIFES. (2017). Anuari de l'Educació de les Illes Balears 2017. Fundació Guillem Cifre de Colonya i la Universitat de les Illes Balears. Recuperat de [http://iaqse.caib.es/documentos/publicacions/anuari\\_educacio\\_ib\\_2017.pdf](http://iaqse.caib.es/documentos/publicacions/anuari_educacio_ib_2017.pdf)

GOIB. (2019a). *Més de 170 grups d'estudiants participen aquest curs al programa d'impuls a l'emprenedoria ICAPE de l'IDI.* Recuperat de <http://www.caib.es/govern/sac/fitxa.do?codi=3988039&lang=ca&coduo=1>

GOIB. (2019b). *Convocatòria de l'activitat d'estades en empreses, en la modalitat de programes d'experiència formativa (PEF), per al professorat de formació professional 2019.* Recuperat de [http://www.caib.es/sites/fp/ca/estades\\_formatives\\_en\\_empreses\\_2019/#](http://www.caib.es/sites/fp/ca/estades_formatives_en_empreses_2019/#)

GOIB. (2020a). *Educació presenta l'esborrany del nou Pla quadriennal de Formació Permanent del Professorat a la Mesa Sectorial d'Educació.* Recuperat de <http://www.caib.es/pidip2front/jsp/ca/fitxa-convocatoria/strongeducacioacute-presenta-lrsquo.esborrany-del-nou-pla-quadriennal-de-formacioacute-permanent-del-professorat-nbspa-la-mesa-sectorial-drsquoeducacioacute-strong#>

GOIB. (2020b). *Formacions per al professorat d'FP: Accions formatives pròpies d'FP.* Recuperat de [http://www.caib.es/sites/fp/ca/formacio\\_del\\_professorat\\_fp\\_per\\_illes/](http://www.caib.es/sites/fp/ca/formacio_del_professorat_fp_per_illes/)

GOIB. (2020c). *Presentació del Programa de Millora i Transformació.* Recuperat de <http://www.caib.es/govern/sac/fitxa.do?codi=4216435&coduo=576&lang=ca>

- GOIB. (2020d). *Instruccions per sol·licitar formacions per professorat d'FP*. Recuperat de [http://www.caib.es/sites/fp/ca/instruccions\\_formacions\\_fp/](http://www.caib.es/sites/fp/ca/instruccions_formacions_fp/)
- GOIB. (2020e). FORTECO 2020. Recuperat de [http://www.caib.es/sites/fp/ca/forteco\\_2020/](http://www.caib.es/sites/fp/ca/forteco_2020/)
- ICAPE. (2020). *Institut d'innovació Empresarial de les Illes Balears*. Recuperat de <http://www.icape.es/index.php>
- INTEF. (2020). *Instituto nacional de tecnologías educativas y de formación del profesorado. Formación y colaboración*. Recuperat de <https://intef.es/formacion-y-colaboracion/>
- MEFP. (2019). I Plan estratégico: Formación Profesional del Sistema Educativo 2019-2022. Recuperat de <http://www.todofp.es/dam/jcr:163978c0-a214-471e-868d-82862b5a3aa3/plan-estrategico-fp.pdf>
- MEFP. (2020). Enseñanzas no universitarias. Centros y servicios educativos. Curso 2018-2019. Resultados detallados. Recuperat de <http://estadisticas.mecd.gob.es/EducaJaxiPx/Tabla.htm?path=/Educacion/Centros/Centrosyunid/RD2018-2019/RegGen//10/&file=RDRG08.px&type=pcaxis&L=0>

## Articles

- Amayuela Mora, G. (2016). Comunicación y su relación con la educación en el contexto universitario. *Alternativas en psicología*, 35, 8-19. Recuperat de <https://www.alternativas.me/24-numero-35-agosto-2016-enero-2017/119-comunicacion-y-su-relacion-con-la-educacion-en-el-contexto-universitario>
- Astigarraga Echeverría, E., Aguirre Andonegi, A. i Carrera Farran, X. (2017). Innovación y cambio en la Formación Profesional del País Vasco: El modelo ETHAZI. *Revista Iberoamericana de Educación*, 74 (1), 55-82. doi:<https://doi.org/10.35362/rie740608>
- Betancourt, J. (2007). Creatividad en la educación: Educar para transformar. *Educar: Revista de Educación*, 10. Recuperat de <https://www.scribd.com/document/214551306/Betancourt-Morejon-Julian-Creatividad-en-la-Educacion-Educar-para-transformar-8-pags>

- Boza Carreño, Á., Méndez Garrido, J. M., i Toscano Cruz, M. de la O. (2015). Elaboración de proyectos profesionales en la formación profesional. Estudio de casos en Centros de la Provincia de Huelva. *REIFOP. Revista Electrónica Interuniversitaria De Formación Del Profesorado*, 18 (2), 91-105. Recuperat de <https://revistas.um.es/reifop/article/view/219111>
- Fdez. Vallejo, M. (28 de noviembre de 2017). Hay alumnos vascos que al acabar FP tienen cuatro o cinco empleos para elegir. *El Correo*. Recuperat de <https://www.elcorreo.com/sociedad/educacion/alumnos-acabar-cuatro-20171128221755-nt.html?ref=https://www.elcorreo.com/sociedad/educacion/alumnos-acabar-cuatro-20171128221755-nt.html>
- González, M.T. i Cutanda, M.T. (2015). La formación del profesorado y la implicación (engagement) de los alumnos en su aprendizaje. *Revista Iberoamericana de Educación*, 69 (2), 9-24. doi:<https://doi.org/10.35362/rie692134>
- Hymes, D. H. (1971). Acerca de la competencia comunicativa. *Departamento de Lingüística, Universidad Nacional de Colombia, Santafé de Bogotá*. Recuperat de [https://www.academia.edu/36245284/Hymes\\_Dell\\_-\\_Acerca\\_de\\_la\\_competencia\\_comunicativa.pdf](https://www.academia.edu/36245284/Hymes_Dell_-_Acerca_de_la_competencia_comunicativa.pdf)
- Pulido, C. i Tortajada, I. (2008). Enseñar a ver a través del diálogo. *Comunicar. Revista Científica de Educomunicación*, 16 (31), 463-468. Recuperat de <https://www.revistacomunicar.com/indice/articulo.php?numero=31-2008-59>
- Ramis Palmer, M.C, Manassero Mas, M.A, Ferrer Pérez, V.A, i García-Buades, E. (2007). ¡No es fácil ser un buen jefe/a! Influencia de las habilidades comunicativas de la dirección sobre la motivación, la autoeficacia y la satisfacción de sus equipos de trabajo. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 23(2),161-181. Recuperat de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=231317597001>

Rodríguez Suárez, L.P. (2008). Sobre el origen de la comunicación persuasiva (Una propuesta desde la filosofía de la comunicación de Heidegger). *STVDIVM. Revista de Humanidades*, 14, 89-98. Recuperat de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2793515>

Salas Villegas, M.Á. (2003). Conocimiento y comunicación: comunicar para enseñar. *Revista Complutense de Educación*, 14 (1), 263-292. Recuperat de <https://revistas.ucm.es/index.php/RCED/article/view/RCED0303120263A/16514>

Soler Costa, R. (2012). *¿Es el lenguaje de los docentes creativo? Análisis de sus expresiones más frecuentes*. *REICE. Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 10 (3), 88-104. Recuperat de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=55124665007>

Tarabini, A. (26 d'octubre de 2016). L'abandonament escolar prematur: la necessitat d'una política educativa en clau d'equitat. *El Diari de l'Educació*. Recuperat de <https://diarieducacio.cat/labandonament-escolar-prematur-la-necessitat-duna-politica-educativa-en-clau-dequitat/>

Tejera Concepción, J.F. (2008). Relaciones entre comunicación y educación para la formación de habilidades comunicativas. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, 2, 1-10. Recuperat de <https://www.eumed.net/rev/cccs/02/jftc16.pdf>

Vallejo, O. (15 de febrer de 2020). *Docents amb lideratge*. Recuperat de [https://criatures.ara.cat/escola/docents-amb-capacitat-de-lideratge\\_0\\_2399760011.html](https://criatures.ara.cat/escola/docents-amb-capacitat-de-lideratge_0_2399760011.html)

## Llibres

Bustos, H. i Becker, R. (2009). *El libro LILA del Marketing Educativo: El alumno es un cliente*. Recuperat de <http://files.educunab.webnode.cl/200000030-a2040a2fd9/LIBRO%20MARKETING%20EDUCACIONAL.pdf>

Chemers, M.M. (1997). *An Integrative Theory of Leadership*. Mahwah, N.J: Lawrence Erlbaum.



- Cuervo, J. (2012). *Mejor liderar que mandar: Liderarse y liderar para motivar*. Barcelona: Libros de Cabecera.
- De Bono, E. (2010). *El pensamiento creativo: el poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Gamelearn. (2019). *30 estrategias infalibles para mejorar el 'engagement' de tu formación*. Recuperat de <https://docplayer.es/89812088-30-estrategias-infalibles-para-mejorar-el-engagement-de-tu-formacion.html>
- Herzberg, F., Mausner, B. i Bloch, B. (2017). *Motivation to work*. Gran Bretanya: Routledge.
- Lombardo, M. i Eichinger, R. (2011). *The Leadership Machine: Architecture to Develop Leaders for Any Future* (8). Canada: Lominger International.
- Marí Sáez, V. (2011): *Comunicar para transformar, transformar para comunicar. Tecnologías de la informaión desde una perspectiva de cambio social*. Madrid: Popular.
- Núñez, V. (2017). *Marketing educativo: cómo comunicar la propuesta de valor de nuestro centro*. Espanya: Ediciones SM
- Ojalvo, V. (1999). Estructura y funciones de la comunicación. *Comunicación Educativa [Recurs educatiu]*. La Habana: CEPES.
- Perrenoud, P. (2004). *Diez nuevas competencias para enseñar*. Barcelona: Graó.
- Rincón Castellanos, C.A. (2004). Unidad 11: La competencia comunicativa. Recuperat de <http://aprendeonline.udea.edu.co/boa/contenidos.php/cb10887d80142488399661377b684b60/511/1/contenido/capitulos/Unidad11CompetenciaComunicativa.PDF>
- Siemens, G. (2006). *Knowing Knowledge*. Recuperat de <https://books.google.es/books?id=Pj41TomgKXYC&printsec=frontcover&dq=Knowing+Knowledge&hl=ca&sa=X&ved=0ahUKEwiihKLI9fLpAhVFgRoKHTJpCasQ6AEIJzAA#v=onepage&q=Knowing%20Knowledge&f=false>
- Vaello Orts, J. (2013). *Como dar clase a los que no quieren*. Barcelona: Graó.

Watzlawick, P. (2014). *No es posible no comunicar*. Recuperat de [https://books.google.es/books?id=6AKIDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=ca&source=gbs\\_ge\\_summar\\_y\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?id=6AKIDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=ca&source=gbs_ge_summar_y_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

## Normativa

- Llei Orgànica 2/2006, de 3 de maig, d'Educació, BOE, 106 § 7899 (5 de maig de 2006)
- 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, BOE, 299 § 19436 (13 de diciembre de 2011)
- Resolució de la directora general de Formació Professional i Formació del Professorat, de 4 de abril de 2019, per la qual es convoquen els centres docents públics dependents de la Conselleria d'Educació i Universitat que imparteixen cicles formatius de formació professional de grau mitjà i de grau superior a participar en el Programa de Formació i Transferència d'Impuls a les Competències Socials i Creatives (ICSCrea) per al curs 2019-2020, BOIB, 47 § 3353 (11 d'abril de 2019)
- Resolució de la directora general de Formació Professional i Formació del Professorat de 18 de juny de 2019 per la qual s'aproven les bases reguladores del Programa de Gestió de Qualitat i Millora Contínua a la Formació Professional, basat en la Norma ISO 9001, en centres integrats de formació professional i en els ensenyaments de formació professional que s'imparteixen als centres públics a les Illes Balears, BOIB, 83 § 6175 (22 de juny de 2019)
- Orden ECD/329/2012, de 15 de febrero, por la que se establece el currículo del ciclo formativo de Grado Superior correspondiente al título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad, BOE, 47 § 2676 (24 de febrer de 2012)

- Ordre ECI/3858/2007, de 27 de desembre, per la qual s'estableixen els requisits per a la verificació dels títols universitaris oficials que habilitin per a l'exercici de les professions de Professor d'Educació Secundària Obligatòria i Batxillerat, Formació Professional i Ensenyaments d'Idiomes, BOE, 312 § 22450 (29 de desembre de 2007)
- Recomendación 2006/962/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de diciembre de 2006, sobre las competencias clave para el aprendizaje permanente, Diario Oficial de la Unión Europea (DO), 394 (30 de desembre de 2006).
- Resolució del conseller d'Educació i Universitat de dia 16 de març de 2016 per la qual s'aprova el Pla quadriennal de formació permanent del professorat 2016-2020, BOIB, 41 § 3327 (31 de març de 2016)

## Estudis / Informes

- BlinkLearning. (2018). IV Estudio sobre el uso de la tecnología en la educación: Informe de resultados España. Recuperat de <https://www.realinfluencers.es/wp-content/uploads/2018/11/iv-estudio-tic-2018-espana.pdf>
- Comissió Europea (2012). Comunicación de la comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social europeo y al Comité de las regiones. Estrasburgo: Comisión Europea.
- Consejo Escolar Del Estado (2018). Informe 2018 sobre el estado del sistema educativo: Curso 2016\_2017. A Catálogo de publicaciones del Ministerio. Recuperat de <http://ntic.educacion.es/cee/informe2018/i18cee-informe.pdf>
- Generalitat de Catalunya (2017). Marc de la innovació pedagògica a Catalunya. Barcelona: Departament d'Ensenyament. Recuperat de [http://xtec.gencat.cat/web/.content/innovacio/marc\\_normatiu/documents/marc\\_dinnovacio\\_pedagogica.pdf](http://xtec.gencat.cat/web/.content/innovacio/marc_normatiu/documents/marc_dinnovacio_pedagogica.pdf)
- Gobierno Vasco. (2014). IV Plan Vasco de Formación Profesional: Hacia una FP diferente. Gasteiz: Gobierno Vasco. Recuperat de <https://>

[www.irekia.euskadi.eus/uploads/attachments/5674/IV\\_Plan\\_vasco\\_de\\_formacion\\_profesional\\_18-12-2014\\_DEF.pdf](http://www.irekia.euskadi.eus/uploads/attachments/5674/IV_Plan_vasco_de_formacion_profesional_18-12-2014_DEF.pdf)

GOIB. (2016). Pla de Formació del Professorat 2016-2020. Recuperat de [http://weib.caib.es/Formacio/planificacio/pla\\_formacio\\_2016\\_2020.pdf](http://weib.caib.es/Formacio/planificacio/pla_formacio_2016_2020.pdf)

GOIB. (2018). Pla Integral de Formació Professional de les Illes Balears: 2018 - 2021. Recuperat de <http://www.caib.es/pidip2front/jsp/adjunto?codi=2179410&idioma=ca>

GOIB. (2019c). Anàlisi de la inserció laboral dels titulats en formació professional a les Illes Balears: cursos acadèmics 2012-13 a 2017-18. Recuperat de <http://www.caib.es/sites/observatorideltreball/ca/anuals-10654/>

Gobierno Vasco. (2017). *Guía para docentes: que se incorporan al sistema educativo vasco*. Recuperat de [https://www.euskadi.eus/contenidos/documentacion/inn\\_doc\\_sist\\_educativo/es\\_def/adjuntos/0002017001c\\_Pub\\_EJ\\_irakasleentzako\\_gida\\_c.pdf](https://www.euskadi.eus/contenidos/documentacion/inn_doc_sist_educativo/es_def/adjuntos/0002017001c_Pub_EJ_irakasleentzako_gida_c.pdf)

IAQSE. (2017). Indicadors del Sistema Educatiu de les Illes Balears 2017: Dades del curs 2016-2017. *Conselleria d'Educació i Universitat del Govern de les Illes Balears*. Recuperat de [http://iaqse.caib.es/documentos/indicadors/2017/Indicadors\\_2017.pdf](http://iaqse.caib.es/documentos/indicadors/2017/Indicadors_2017.pdf)

Lanbide. (2019). Formación Profesional: Estudio de Incorporación a la vida laboral COMERCIO Y MARKETING Promoción 2018 - Situación laboral a Dic'2019. Recuperat de [https://www.lanbide.euskadi.eus/y94-estadist/es/contenidos/estadistica/insercion\\_laboral\\_fp\\_2019\\_1/es\\_def/adjuntos/6\\_COMERCIO\\_Y\\_MARKETING.pdf](https://www.lanbide.euskadi.eus/y94-estadist/es/contenidos/estadistica/insercion_laboral_fp_2019_1/es_def/adjuntos/6_COMERCIO_Y_MARKETING.pdf)

OCDE. (2013). Mejores competencias, mejores empleos, mejores condiciones de vida: Un enfoque estratégico de las políticas de competencias. Recuperat de <http://dx.doi.org/10.1787/9786070118265-es>

TALIS. (2018). Estudio Internacional de la Enseñanza y del Aprendizaje: Informe español. Catálogo general de publicaciones oficiales del Ministerio. Recuperat de <https://www.educacionyfp.gob.es/dam/jcr:047dfc41-acf6-444a-8e4e-4e5916343a88/talis2018-online-20190807.pdf>

## Annexos

Astigarraga Echeverría, E., Aguirre Andonegi, A. i Carrera Farran, X. (2017). Annex 11 Innovación y cambio en la Formación Profesional del País Vasco: El modelo ETHAZI. *Revista Iberoamericana de Educación*, 74 (1), 55-82. doi:<https://doi.org/10.35362/rie740608>

- Branding Escolar. (2019). Annex 9 Branding Escolar i no Màrqueting Educatiu?. Recuperat de <https://brandingescolar.com/disseny/per-que-branding/>
- CAIB. (2020a). Annex 2 Admissió FP DUAL 2020-2021. Recuperat de [https://www.caib.es/sites/fp/ca/admissia\\_dual\\_curs\\_2020-2021/](https://www.caib.es/sites/fp/ca/admissia_dual_curs_2020-2021/)
- CAIB. (2020b). Annex 14 Instruccions per sol·licitar formacions per professorat d'FP. Recuperat de [https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdLMpPGmm501JKpZFCdVSt\\_QBPqbLKAq6IB1fKKIPnEYz2AIQ/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdLMpPGmm501JKpZFCdVSt_QBPqbLKAq6IB1fKKIPnEYz2AIQ/viewform)
- Europapress. (9 d'octubre de 2019). Annex 16 El 76,4% dels titulats de FP a Balears tenen una ocupació tres anys després de finalitzar els estudis. *Europapress*. Recuperat de <https://www.europapress.es/illes-balears/catala-00231/noticia-764-dels-titulats-fp-balears-tenen-ocupacio-tres-anys-despres-finalitzar-els-estudis-20191009174111.html>
- Fdez. Vallejo, M. (28 de novembre de 2017). Annex 16 “Hay alumnos vascos que al acabar FP tienen cuatro o cinco empleos para elegir”. *El Correo*. Recuperat de <https://www.elcorreo.com/sociedad/educacion/alumnos-acabar-cuatro-20171128221755-nt.html?ref=https:%2F%2Fwww.elcorreo.com%2Fsociedad%2Feducacion%2Falumnos-acabar-cuatro-20171128221755-nt.html>
- Generalitat de Catalunya. (2017). Annex 15 i 22 Marc de la innovació pedagògica a Catalunya. Barcelona: Departament d'Ensenyament. Recuperat de [http://xtec.gencat.cat/web/.content/innovacio/marc\\_normatiu/documents/marc\\_dinnovacio\\_pedagogica.pdf](http://xtec.gencat.cat/web/.content/innovacio/marc_normatiu/documents/marc_dinnovacio_pedagogica.pdf)
- Gómez, I. (2019). Annex 20 “Metodologia i Recursos en el procés d'Ensenyament i Aprenentatge”. Màster en Formació del Professorat. Universitat de les Illes Balears. Palma de Mallorca. Curs 19/2020.
- GOIB. (2016). Annex 4 i 7 Pla de Formació del Professorat 2016-2020. Recuperat de [http://weib.caib.es/Formacio/planificacio/pla\\_formacio\\_2016\\_2020.pdf](http://weib.caib.es/Formacio/planificacio/pla_formacio_2016_2020.pdf)
- GOIB. (2018). Annex 10 i 8 Pla Integral de Formació Professional de les Illes Balears: 2018 - 2021. Recuperat de <http://www.caib.es/pidip2front/jsp/adjunto?codi=2179410&idioma=ca>
- GOIB i IAQSE. (2018). Annex 3 L'abandonament escolar prematur a les Illes Balears: Setembre 2018. Documents d'avaluació 12. Recuperat de [http://iaqse.caib.es/documentos/documentos/document\\_12.pdf](http://iaqse.caib.es/documentos/documentos/document_12.pdf)
- Herzberg, F., Mausner, B. i Bloch, B. (2017). Annex 13 *Motivation to work*. Gran Bretanya: Routledge.

- IAQSE. (2019). Annex 20 d' Innovació i canvi educatiu. Avaluació de l'impacte. Gener 2019. Documents d'avaluació 16. Recuperat de [http://iaqse.caib.es/documentos/documents/document\\_16.pdf](http://iaqse.caib.es/documentos/documents/document_16.pdf)
- Institut Nacional de les Qualificacions. (2020). Annex 2 *Comercio i Màrketing*. Recuperat de <http://incual.mecd.es/ca/titulos/comercio>
- INTEF. (2020). Annex 5 *Instituto nacional de tecnologías educativas y de formación del profesorado. Formación y colaboración*. Recuperat de <https://intef.es/formacion-y-colaboracion/>
- Real Decreto 1571/2011, de 4 de noviembre, Annex 2 por el que se establece el Título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad y se fijan sus enseñanzas mínimas, BOE, 299 § 19436 (13 de diciembre de 2011)
- Ruíz Ruíz, J.M. (23 de noviembre de 2016). Annex 1 ¿Qué competencias debe desarrollar el docente-innovador en el siglo XXI?. *Magisterio*. Recuperat de <https://www.magisterio.com.co/articulo/que-competencias-debe-desarrollar-el-docente-innovador-en-el-siglo-xxi>
- Servicio Público de Empleo Estatal. (2020). Annex 16 Información mensual de mercado de trabajo de formación profesional: Marzo de 2020. Recuperat de <http://todofp.es/dam/jcr:391aeea6-e21a-4edc-be79-52f932da66e1/tsmarketingypublicidad.pdf>
- WEIB. (2020). Annex 6 *Activitats de Formació*. Recuperat de [http://weib.caib.es/Formacio/distancia/activitats\\_.htm](http://weib.caib.es/Formacio/distancia/activitats_.htm)

## Bibliografía complementària

- Agirre Vicuña, J., Etxaburu Osa, J., Hernández Garduño, M., Iturbe Gabikagojeaskoa, X., López Armendáriz, J., Ormaza Larrocea, L., Portillo Sanz, K., Redondo Rojo, I., Rodríguez de la Fuente, J. i Uriarte Uriarte, L. (2013). *Mejora de la práctica docente: Una experiencia de autoevaluación*. Vitoria-Gasteiz: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco. Recuperat de [https://www.euskadi.eus/contenidos/documentacion/inn\\_doc\\_lider\\_dir\\_escolares/es\\_def/adjuntos/200012c\\_Pub\\_EJ\\_mejora\\_practica\\_docente\\_c.pdf](https://www.euskadi.eus/contenidos/documentacion/inn_doc_lider_dir_escolares/es_def/adjuntos/200012c_Pub_EJ_mejora_practica_docente_c.pdf)
- CAIB. (2019). *Preguntas frecuentes de l'FP Dual*. Recuperat de [https://www.caib.es/sites/fp/ca/preguntas\\_frecuentes-50846/](https://www.caib.es/sites/fp/ca/preguntas_frecuentes-50846/)
- GOIB i IAQSE. (2018). L'abandonament escolar prematur a les Illes Balears: Setembre 2018. Documents d'avaluació 12. Recuperat de [http://iaqse.caib.es/documentos/documents/document\\_12.pdf](http://iaqse.caib.es/documentos/documents/document_12.pdf)

- Hernando, Á., Aguaded, I. i Pérez, M.A. (2011). Técnicas de comunicación creativas en el aula: escucha activa, el arte de la pregunta, la gestión de los silencios. *Educación y Futuro*, 24, 153-177. Recuperat de [https://www.researchgate.net/publication/236847703\\_Tecnicas\\_de\\_comunicacion\\_creativas\\_en\\_el\\_aula\\_escucha\\_activa\\_el\\_arte\\_de\\_la\\_pregunta\\_la\\_gestion\\_de\\_los\\_silencios](https://www.researchgate.net/publication/236847703_Tecnicas_de_comunicacion_creativas_en_el_aula_escucha_activa_el_arte_de_la_pregunta_la_gestion_de_los_silencios)
- ISEI-IVEI. (2015). *Hacia la excelencia educativa*. Bilbao: Departamento de Educación Política Lingüística y Cultura. Recuperat de [https://www.euskadi.eus/contenidos/documentacion/inn\\_doc\\_sist\\_educativo/es\\_def/adjuntos/0002016001c\\_Pub\\_EJ\\_bikaintasunerantz\\_c.pdf](https://www.euskadi.eus/contenidos/documentacion/inn_doc_sist_educativo/es_def/adjuntos/0002016001c_Pub_EJ_bikaintasunerantz_c.pdf)
- Rul, J. i Zaitegi, N. (2003). *Autoevaluación del centro educativo: Taller de evaluación, modelo de gestión evaluativa GE-Rs*. Vitoria-Gasteiz: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco. Recuperat de [https://www.euskadi.eus/contenidos/documentacion/inn\\_doc\\_lider\\_dir\\_escolares/es\\_def/adjuntos/200003c\\_Pub\\_EJ\\_autoevaluacion\\_centro\\_c.pdf](https://www.euskadi.eus/contenidos/documentacion/inn_doc_lider_dir_escolares/es_def/adjuntos/200003c_Pub_EJ_autoevaluacion_centro_c.pdf)

## 9. Annexos

---

### Annex 1: Característiques i particularitats dels docents innovadors adaptats a les metodologies del S.XXI.

El professorat que pretenem formar hagués d'aproximar-se el més possible al professorat que volem: prenem com a referència el model de formació proposat en cada context relacionat amb el procés formatiu que s'emporta en el centre educatiu on s'ensinya, en relació als valors de la comunitat soci-educativa. Aquestes són algunes pautes que ho defineixen:

- Coneixement de l'entorn.
- Capacitat de reflexió sobre la pràctica.
- Actitud autocrítica i avaluació professional.
- Capacitat d'adaptació als canvis (flexibilitat).
- Tolerància a la incertesa, al risc i la inseguretat.
- Capacitat d'iniciativa i presa de decisions.
- Poder-autonomia, per a intervenir.
- Treball en equip.
- Voluntat d'acte-perfeccionament.
- Compromís ètic professional.
- Capacitat d'ocupabilitat.
- Domini tècnic del que impliquen el desenvolupament de les innovacions.
- Competència de planificació i gestió d'una innovació.
- Resistència a la frustració.

#### En relació a si mateix:

- Una imatge positiva de si mateix, perquè projectem la imatge que tenim de nosaltres mateixos.
- Disposició per a valorar el positiu de les persones, situacions i successos.
- Tendència a la superació i acte-formació.
- Creure en la creativitat personal.
- Actitud per a aprendre del mitjà i dels errors.

#### En relació al procés formatiu:

- Que tingui una visió coherent i clara de la mena de persona i ciutadà que ha de formar.
- Posseir una forta consciència d'uns quants principis: heus aquí una proposta concreta del que podria ser una epistemologia o teoria de l'ensenyament basat en la formació per al canvi.
- Integració conceptual, curricular i personal. Integrar sabers a través d'experiències o projectes globalitzadors, integrar estratègies i avaluació en propostes polivalents, adaptatives, contextualitzades, això és, acostar la unitat i la pluralitat en accions integrades.
- Col·laboració i treball conjunt, tant del professorat com de l'alumnat.
- Interacció. És el concepte que millor defineix el nostre enfocament de l'ensenyament; és l'intercanvi de qualitats, capacitats, condicions, relacions, etc., que ens envolten. Una de les manifestacions d'aquesta interacció està a compartir.
- Cerca de la qualitat.
- El canvi com a organitzador conceptual. El canvi hagués de ser, per al docent en formació, una actitud, un llenguatge, un nou instrument conceptual. La formació hem d'entendre-la no en sentit d'assimilació de continguts, sinó de canvi de significats, d'ampliació de consciència. Formar és desenvolupar la consciència personal i social de quant ens succeeix.



## Annex 2: Formació relacionada amb els estudis del CFGS de Màrqueting i Publicitat.

- Mòduls del Cicle Formatiu:


<b>Secuenciación y distribución horaria semanal de los módulos profesionales</b>				
<i>Ciclo Formativo de Grado Superior: Marketing y Publicidad</i>				
Módulo profesional	Duración (horas)	Primer curso (h/semana)	Segundo curso	
			2 trimestres (h/semana)	1 trimestre (horas)
0623. Gestión económica y financiera de la empresa.(1).	170	5		
0930. Políticas de marketing.(1) . . . . .	180	6		
0931. Marketing digital.(1) . . . . .	170	5		
1010. Investigación comercial.(1) . . . . .	130	4		
0179. Inglés.(1) . . . . .	130	4		
1014. Formación y orientación laboral. . . . .	90	3		
Horario reservado para el módulo impartido en inglés. . .	90	3		
1007. Diseño y elaboración de material de comunicación. . . . .	160		8	
1008. Medios y soportes de comunicación. . . . .	80		4	
1009. Relaciones públicas y organización de eventos de marketing. . . . .	80		4	
1011. Trabajo de campo en la investigación comercial. . . . .	80		4	
1109. Lanzamiento de productos y servicios. . . . .	80		4	
1110. Atención al cliente, consumidor y usuario. . . . .	80		4	
Horario reservado para el módulo impartido en inglés. . .	40		2	
1012. Proyecto de marketing y publicidad. . . . .	40			40
1013. Formación en centros de trabajo. . . . .	400			400
<b>Total en el ciclo formativo . . . . .</b>	<b>2000</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>440</b>

(1). Módulos profesionales transversales a otros títulos de Formación Profesional.

- Certificats de Professionalitat:

<b>Nivel 3</b>
COM087_3 - Atención al cliente, consumidor o usuario
COM312_3 - Asistencia a la investigación de mercados
COM651_3 - Gestión comercial y financiera del transporte por carretera
COM652_3 - Gestión de marketing y comunicación

- Oferta formativa d'FP Dual. Curs 20-2021 a les Illes Balears:

 <b>FAMÍLIA DE COMERÇ MÀRQUETING (COM)</b>				
NIVELL	ESTUDIS	ILLA	MUNICIPI	ON S'ESTUDIA
GS	<a href="#">Tècnic Superior en Gestió de vendes i espais comercials (COM33)</a>	Mallorca	Inca	<a href="#">IES Berenguer d'Anoia</a>

- Qualificacions i unitats de competència del Catàleg Nacional de Qualificacions Professionals:

Artículo 6. *Relación de cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título.*

**1. Cualificación profesional completa:**

Asistencia a la investigación comercial COM 312\_3 (Real Decreto 109/2008, de 1 de febrero), que comprende las siguientes unidades de competencia:

UC0993\_3: Preparar la información e instrumentos necesarios para la investigación de mercados.

UC0994\_3: Organizar y controlar la actividad de los encuestadores.

UC0995\_2: Realizar encuestas y/o entrevistas utilizando las técnicas y procedimientos establecidos.

UC0997\_3: Colaborar en el análisis y obtención de conclusiones a partir de la investigación de mercados.

**2. Cualificaciones profesionales incompletas:**

a) Gestión de marketing y comunicación COM652\_3 (Real Decreto 1550/2011, de 31 de octubre):

UC2185\_3: Asistir en la definición y seguimiento de las políticas y plan de marketing.

UC2186\_3: Gestionar el lanzamiento e implantación de productos y servicios en el mercado.

UC2187\_3: Organizar y gestionar eventos de marketing y comunicación, siguiendo el protocolo y criterios establecidos.

UC2188\_3: Asistir en la organización y seguimiento del plan de medios y soportes establecido.

UC2189\_3: Elaborar y difundir en diferentes soportes, materiales, sencillos y autoeditables, publipromocionales e informativos.

b) Atención al cliente, consumidor o usuario COM087\_3: (Real Decreto 295/2004, de 20 de febrero):

UC0241\_2: Ejecutar las acciones del servicio de Atención al Cliente/ Consumidor/ Usuario.

UC0245\_3: Gestionar las quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario.

c) Gestión comercial y financiera del transporte por carretera COM 651\_3 (Real Decreto 1550/2011, de 31 de octubre):

UC2183\_3: Gestionar la actividad económico-financiera del transporte por carretera.

### Annex 3: Factors i perfils de l'abandonament escolar.

**Quadre 2:** Factors que expliquen el fracàs i l'abandonament escolar

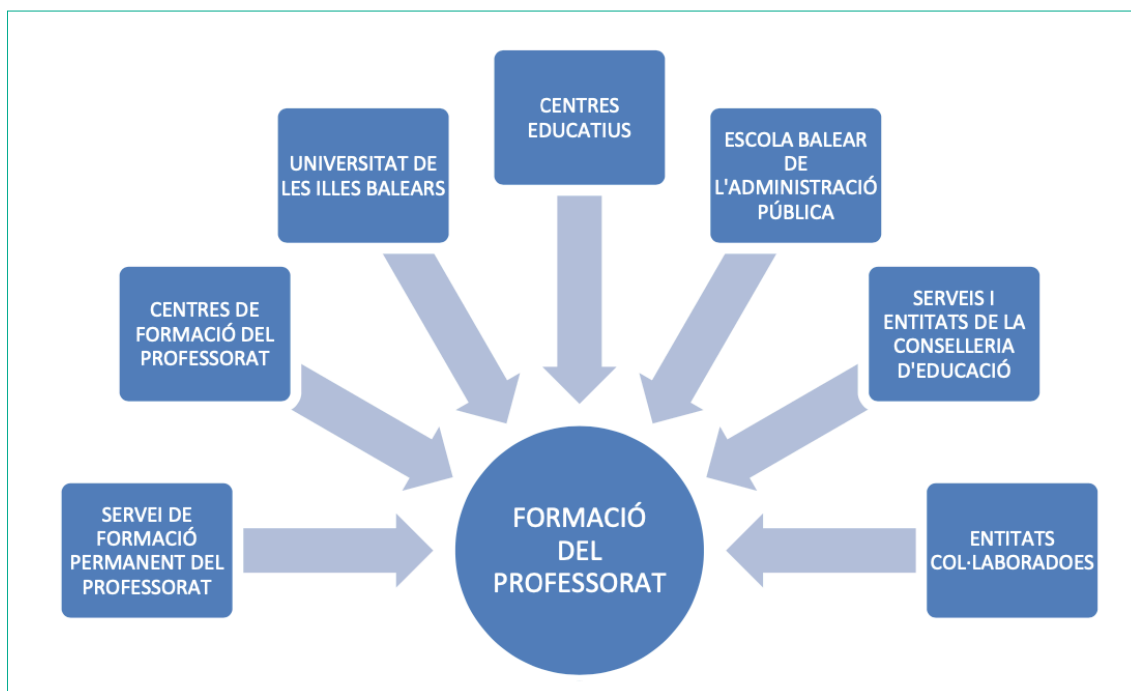
- **socioculturals:** contextos socials no favorables, necessitats bàsiques no garantides, pobresa...
- **personals:** dificultats d'aprenentatge, absentisme, problemes de conducta, autoestima baixa...
- **familiars:** nivell socioeconòmic i cultural, motivació, valors, expectatives, desestructuració familiar, control parental...
- **de política educativa:** currículum sobredimensionat i poc flexible, rigidesa de l'oferta, insuficiència de l'oferta d'FP, reformes i contrareformes, despesa per alumne, recursos i suports...
- **de l'escola:** lligats a l'organització del centre, metodologia didàctica utilitzada pel professorat, estructures de suport, seguiment de l'alumnat, clima del centre, gestió de la convivència i absentisme, tutoria i orientació dels alumnes ...
- **del mercat laboral:** ampla oferta d'ocupacions que no requereixen qualificació.

**Quadre 3:** Perfils de risc d'abandonament i proposta de mesures a adoptar.

Perfils de risc	Definició	Mesures	Polítiques i actuacions
ABANDONISTA - ESCAPISTA	Absentista freqüent, desinteressat pels estudis	mesures preventives	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Assessorament, orientació i tutoria</li> <li>- Implicació dels pares: treballar expectatives i autoestima</li> <li>- Enfocament escolar integral- pla a nivell de centre</li> <li>- Responsabilitzar i capacitar professorat</li> </ul>
INCORFOMISTA - OBJECTOR	Absentista freqüent, baix rendiment escolar, actitud negativa envers l'escola		
NO S'ADAPTA EN LES TRANSICIONS	No s'adapta als requisits i expectatives del nou programa	mesures d'intervenció	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desenvolupar la formació pel treball; activitats pràctiques i vinculades al món laboral</li> <li>-Pla personalitzat de desenvolupament i aprenentatge</li> <li>- Activitats destinades a desenvolupar l'autoestima, la motivació i el compromís</li> <li>- Programa i acords educatius flexibles</li> <li>- Desenvolupar habilitats socials i de comunicació</li> <li>- Mesures de suport a estudiants amb dificultats</li> </ul>
RESIGNAT	No s'adapta a la formació per manca de capacitat o habilitats requerides		
OBLIGAT	Decideix abandonar per motius econòmics o familiars	mesures de compensació	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Les 5 primeres mesures del perfil anterior a més de:</li> <li>- Formació per millorar les habilitats bàsiques</li> <li>-Oportunitats per a la transició /aprenentatge professional -FCT- i diversitat de camins formatius</li> <li>-Suport integral proporcionat per personal pluridisciplinari</li> </ul>
MARGINAT - DISCRIMINAT	Acumula desavantatges i discriminació social		

Font: Adaptat d'Irene PSIFIDOU (2017) « An unresolved problem: how to tackle early leaving from VET? The role of local authorities.»

#### Annex 4: Entitats que ofereixen Formació per al Professorat a les Illes Balears.



#### Annex 5: Cursos 2020 impartits per l'INTEF(15 sep. al 17 nov. de 2020)

1. Aula del Futuro
2. Centros inclusivos que educan en la diversidad
3. Educación para un desarrollo y estilos de vida sostenibles
4. Integra eTwinning (*Nivel avanzado*)
5. Liderazgo pedagógico para el éxito educativo de todo el alumnado
6. *Mobile Learning*, realidad aumentada e "inmersiva"
7. Protección de datos, privacidad y derechos digitales (LOPDGDD) en los centros educativos
8. Actualización de estrategias en el aprendizaje integrado de idiomas
9. Atención educativa a la población escolar gitana
10. Creación de Recursos Educativos Abiertos (REA) para la enseñanza
11. Docencia a distancia
12. Diseño de experiencias de aprendizaje para la educación a distancia
13. Diseño y utilización de Recursos Educativos Abiertos (REA) en Educación Infantil y Primaria
14. Evaluación de los aprendizajes en la modalidad de educación a distancia
15. Método ABN: Cálculo abierto basado en números en Educación Infantil y Primaria
16. Prevención y actuación sobre el acoso escolar

## Annex 6: Oferta cursos del WEIB (3r trimestre del curs 19/2020).

### Activitats de formació

Darrera actualització: 24 de març de 2020

#### 3r trimestre 2019-2020

Aquí teniu els cursos que s'oferiran aquest tercer trimestre en la Formació a Distància del Professorat:

	CURS	HORES	ESD.
1	Aprenentatge basat en projectes	20	<a href="#">16510</a>
2	Moodle. Plataforma d'aprenentatge. Iniciació	20	<a href="#">16512</a>
3	Inverteix la teva classe. Flipped Classroom	20	<a href="#">16514</a>
4	Mobile-Learning. Ús i creació d'apps educatives	20	<a href="#">16515</a>
5	Eines i recursos Google per a la tasca docent 1	20	<a href="#">16516</a>
6	Edmodo, xarxa social educativa	20	<a href="#">16518</a>
7	Eines i recursos Google per a la tasca docent 2	20	<a href="#">16519</a>
8	Avaluació per competències	30	<a href="#">16521</a>
9	Aprenentatge cooperatiu	20	<a href="#">16522</a>
10	Scratch. D'usuari a creador de programes	20	<a href="#">16523</a>
11	Competències cognitivo emocionals	20	<a href="#">16524</a>
12	Competència social. Comunicació interpersonal	20	<a href="#">16526</a>
13	Les TIC en el procés d'aprenentatge	20	<a href="#">16527</a>

## Annex 7: Mancances i noves propostes del Pla de Formació del Professorat.

- Mancances detectades:

- ✓ No s'ha donat a conèixer el Pla de Formació Permanent.
- ✓ Ofereix unes modalitats formatives massa tancades. Hauria de possibilitar una flexibilitat major per adaptar-se a les necessitats i les característiques de cada centre.
- ✓ Es podrien aportar alguns models de formació possibles als centres.
- ✓ Es podria oferir més formació per a col·lectius específics: EOI, CEPA, EOEP, CEI, etc.
- ✓ Els quatre eixos del Pla no estaven clars ni ben definits.
- ✓ No està ben resolt l'apartat de l'avaluació de les formacions.
- ✓ S'ha centrat excessivament la formació en l'ensenyament de llengües estrangeres.
- ✓ Cal donar més impuls a l'educació emocional i a les metodologies innovadores que faciliten l'aprenentatge significatiu i cooperatiu.
- ✓ S'han duit a terme formacions molt interessants sobre metodologia AICLE que es podrien transferir a les llengües oficials.
- ✓ Seria important continuar disposant d'un pla de la formació permanent del professorat i de representants dels centres al CEP.
- ✓ Cal facilitar les formacions integrals que englobin tota la comunitat i la xarxa educativa (famílies, professionals del treball i l'educació social, associacions, etc.).
- ✓ Cal continuar promovent les formacions compartides amb altres centres.
- ✓ Les formacions haurien de tenir un vessant més pràctic i una aplicabilitat clara.

**El lloc més adient per fer les formacions és el propi centre.**

- Propostes a tenir en compte:

- ✓ La formació ha de tenir una clara finalitat pràctica i cal assegurar-ne la transferibilitat a les aules.
- ✓ El lloc més adient per fer les formacions és el propi centre, ja que d'aquesta manera s'adapta a la seva realitat i es promou que esdevengui línia metodològica del centre.
- ✓ Cal augmentar l'autonomia dels centres i una major estabilitat en el sistema per garantir els projectes de mitjà i llarg termini.
- ✓ És necessari fomentar la màxima participació possible a les formacions en els centres i que aquestes siguin transversals.
- ✓ Les temàtiques bàsiques de la formació, incloent-hi sempre una visió d'inclusivitat, són les relacionades amb metodologies innovadores d'aprenentatge (feina per projectes, ambients educatius, aprenentatge cooperatiu i pedagogia holística) i les que promouen la millora del clima de l'aula i del centre (educació emocional, pràctiques restauratives i mediació i resolució de conflictes).
- ✓ S'haurien de promoure les iniciatives encaminades a generar comunitats d'aprenentatge i afavorir la participació de les famílies, així com altres col·lectius i entitats de l'entorn.
- ✓ És necessari fomentar la formació dels equips directius per desenvolupar el lideratge pedagògic i de grups humans.
- ✓ Cal donar a conèixer els centres innovadors i propiciar els intercanvis, les visites i les jornades de presentació d'experiències.
- ✓ És necessari millorar la competència lingüística de l'alumnat en les diferents llengües del centre i generar projectes lingüístics adaptats a la realitat sociolingüística que s'hi troba.

## Annex 8: Propostes per ampliar la col·laboració i coordinació entre l'FP i el sector empresarial.

### **9.1. Impulsar convenis de col·laboració entre la Conselleria d'Educació i Universitat i el SOIB, i les empreses o organitzacions empresarials per incrementar la participació de les empreses en l'FP integrada**

Any d'inici d'actuacions: 2019

- Fomentar l'accessibilitat i l'ús dels centres de formació professional a empreses i altres institucions.
- Promoure l'ús compartit d'espais, maquinària i altres equipaments.
- Incentivar programes formatius en l'àmbit de la formació professional per a l'ocupació que incloguin compromisos de contractació amb una durada mínima de sis mesos en aquelles ocupacions amb menors taxes d'atur.
- Promoure la col·laboració de les empreses en la impartició del mòdul de pràctiques no laborals de la formació professional per a l'ocupació.

### **9.2. Millorar la participació de les empreses en la formació professional**

Any d'inici d'actuacions: 2019

- Implantació d'accions formatives i acompanyament adreçades específicament als tutors de pràctiques i de formació dual a les empreses.
- Valoració de la col·laboració en la realització de pràctiques de l'alumnat de centres i programes formatius en l'adjudicació de concursos públics o en la concessió de subvencions públiques a les empreses.
- Elaborar manuals per a les pràctiques formatives adreçats a alumnes i per a tutors.
- Implicar les empreses públiques en l'acolliment d'alumnat en pràctiques i la posada en marxa de programes de formació dual.
- Impulsar la creació d'una aliança per a la formació professional a Balears amb els agents clau de la formació professional.
- Promoure la participació del sector empresarial en l'establiment de beques, premis o concursos adreçats a la promoció i difusió dels cicles i certificats de professionalitat que els siguin estratègics en el seu sector.

### **9.3. Establiment d'un dispositiu per a la inscripció sistemàtica al SOIB de tots els alumnes d'FP inicial per ajudar a una inserció laboral de qualitat i amb oferta posterior del conjunt de polítiques actives d'ocupació**

Any d'inici d'actuacions: 2018

- Registre en el SOIB dels joves amb estudis de formació professional per a incorporar-los en el Sistema Nacional de Garantia Juvenil i oferir-los polítiques actives d'ocupació adreçades a les seves necessitats i expectatives.

### **9.4. Promoure que els centres de formació professional organitzin esdeveniments amb les empreses del teixit productiu dels seu entorn per establir relacions de col·laboració i coordinació**

Any d'inici d'actuacions: 2019

- Implantació d'una cultura de cooperació entre empreses i centres de formació professional a través de reunions i actes de difusió.
- Impulsar programes per incentivar els projectes de col·laboració entre els departaments de formació professional i les empreses del sector.

## Annex 9: Beneficis del Màrqueting Educatiu i del Branding Escolar.

<b>Màrqueting Escolar</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Augmentar el número d'alumnes matriculats.</li><li>• Serveix de suport informatiu.</li><li>• Diferenciar-se d'altres centres formatius.</li><li>• Millorar la imatge del centre.</li><li>• Connectar amb l'entorn.</li><li>• Analitzar millor els resultats.</li><li>• Ampliar els canals comunicatius.</li><li>• Arribar a un <i>target</i> concret o a molts.</li><li>• Conèixer les fortaleeses i debilitats del centre.</li></ul>
<b>Branding Escolar</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fidelitzar l'alumnat.</li><li>• Reforçar els valors educatius del centre.</li><li>• Connectar emocionalment amb els agents de la comunitat educativa.</li><li>• Projectar les bones pràctiques.</li><li>• Enfocar-se en les necessitats individuals i grupals.</li><li>• Millorar els resultats a curt i a llarg plaç.</li><li>• Reduir la problemàtica actual.</li><li>• Dissenyar plans de millora adaptats a la realitat.</li><li>• Alumnes prescriptors del centre.</li><li>• Identificació de la comunitat educativa amb el centre.</li><li>• Aprendre a planificar noves estratègies metodològiques.</li><li>• Millorar la reputació i l'apreci de la comunitat educativa.</li><li>• Generar <i>engagement</i>.</li></ul>



## **Annex 10: : Propostes d'actualització tècnica i metodològica dels docents i equips gestors de l'FP.**

- Desenvolupament d'un pla de formació específic per a cada família professional que tingui per finalitat l'apropament a les necessitats actuals de les empreses i una actualització professional i tecnològica, a partir de cursos altament especialitzats.
- Convocatòria de grups d'intercanvi de bones pràctiques o seminaris de formació per famílies professionals perquè siguin espais de reflexió i d'elaboració de propostes i materials didàctics.
- Programa formatiu sobre metodologies innovadores que treballin competències transversals i clau des de la perspectiva de la demanda del mercat laboral; llengua materna, matemàtiques, ciència, llengua estrangera, competència digital i competència cívica i social, així com competències per a la capacitat o millora dels docents i equips gestors en l'àmbit de gestió emocional.
- Programa formatiu per al desenvolupament en l'alumnat de les competències transversals de creativitat, col·laboració, pensament crític, iniciativa emprenedora, etc.
- Divulgació i facilitació de la participació del professorat en estades formatives a empreses, fins i tot, a països de la Unió Europea, i proposta d'incentius.
- Col·laboració per a la formació del professorat de formació professional amb la UIB, centres tecnològics, altres administracions, etc.
- Realització de projectes d'innovació pedagògica en col·laboració amb altres organitzacions.
- Establiment d'un protocol per identificar bones pràctiques i promoure'n la difusió entre els centres de formació professional i els centres col·laboradors de formació professional per a l'ocupació.
- Establir com a prioritari en les convocatòries de formació per a treballadors preferentment desocupats l'oferta de cursos de formadors de formadors.

**Annex 11:** Competències rellevants a nivell individual, grupal i professional en el marc de la Formació Professional.



**Annex 12: La Comunicació Creativa. Interrelació de conceptes clau. Elaboració pròpia.**



**Annex 13:** Teoria dels dos factors de F. Herzberg. Adaptació, elaboració i traducció pròpia.



## Annex 14: Formulari de demanda formativa per a la formació FP (En Línia)



**FORMACIÓ PROFESSIONAL**  
ILLES BALEARS



L'FSE inverteix en el teu futur  
Fons Social Europeu



### FITXA DE DEMANDA FORMATIVA PER FORMACIÓ PROFESSIONAL (UNA FORMACIÓ PER SOL.LICITUD)

<b>CENTRE</b>			
<b>TÍTOL DE LA PROPOSTA FORMATIVA .</b>			
<b>FAMÍLIA PROFESSIONAL</b>			
<b>TIPUS DE FORMACIÓ: INDICAR AMB UNA X EL TIPUS DE FORMACIÓ SOL.LICITADA.</b> Consultar les característiques de les formacions a la Resolució del conseller d'Educació i Universitat de dia.....de 2020 per la qual s'aprova el Pla quadriennal de formació permanent del professorat 2020-2024 ENLLAÇ A LA RESOLUCIÓ: <a href="http://...">http....</a>			
<b>FA: FORMACIÓ ÀMBIT (ENTRE 8-50h)</b>			
<b>FEC FORMACIÓ EN CENTRE (ENTRE 8 I 60h)</b>			
<b>FIC FORMACIÓ INTERCENTRE (ENTRE 20 I 60h)</b>			
<b>APF ACTIVITAT PUNTUAL DE FORMACIÓ (ENTRE 8 I 20h)</b>			
<b>CICLES I MÒDULS EN ELS QUE S'APLICA DIRECTAMENT</b>			
<b>NOM DEL/A CAP D'ESTUDIS D'FP</b>		<b>CORREU I TELÈFON</b>	
<b>NOM DEL/A CAP DE DEPARTAMENT</b>		<b>CORREU I TELÈFON</b>	
<b>NOM DEL/A COORDINADOR/A DEL CENTRE (NOMÉS A FEC I FIC)</b>		<b>CORREU I TELÈFON</b>	
<b>CENTRES AMB ELS QUALS S'HA CONSENSUAT LA PROPOSTA</b>  Nom del centre, cap de departament i correu.			

## Annex 15: Competències del docent d'un projecte innovador d'èxit.



## Annex 16: Indicators sobre les taxes inserció laboral de les Illes Balears amb la resta de Comunitats Autònomes.

- Titulars a la premsa.

### «Hay alumnos vascos que al acabar FP tienen cuatro o cinco empleos para elegir»



Jorge Arévalo, en un aula de FP. «El reconocimiento de Europa nos motiva», dice el viceconsejero. / LOBO ALTUNA

El viceconsejero Jorge Arévalo asegura que Europa ha elogiado el modelo vasco por su capacidad para formar los nuevos perfiles que piden las empresa

europapress / islas baleares / balears en català

Publicado 9/10/2019 17:41:11 +02:00 CET

### El 76,4% dels titulats de FP a Balears tenen una ocupació tres anys després de finalitzar els estudis



Els consellers Iago Negueruela i Martí March han presentat l'anàlisi sobre inserció laboral dels titulats en FP a Balears - EUROPA PRESS

ÚLTIMAS NOTICIAS / ISLAS BALEARES >>

Los gimnasios de Baleares abren entre mayores medidas de higiene, aforo limitado y el temor a posibles cierres

Armengol agradece la "solidaridad y el compromiso" a los donantes de sangre

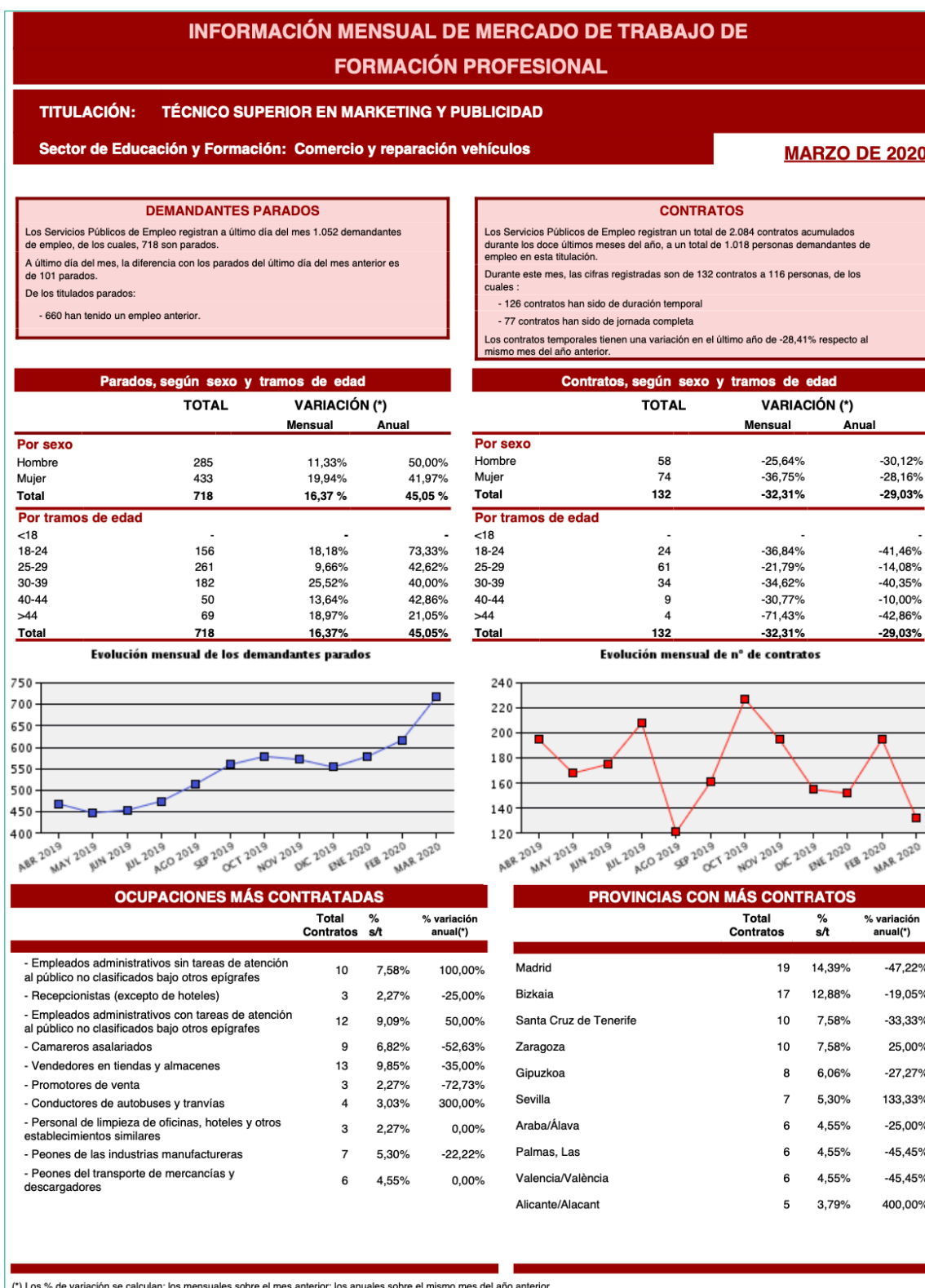
Un total de 1.693 trabajadores públicos de la AGE en Baleares trabajan presencialmente

Lo más leído

1 Italia confirma 346 nuevos contagios, casi un centenar de ellos en Milán, y otros 55 fallecidos diarios

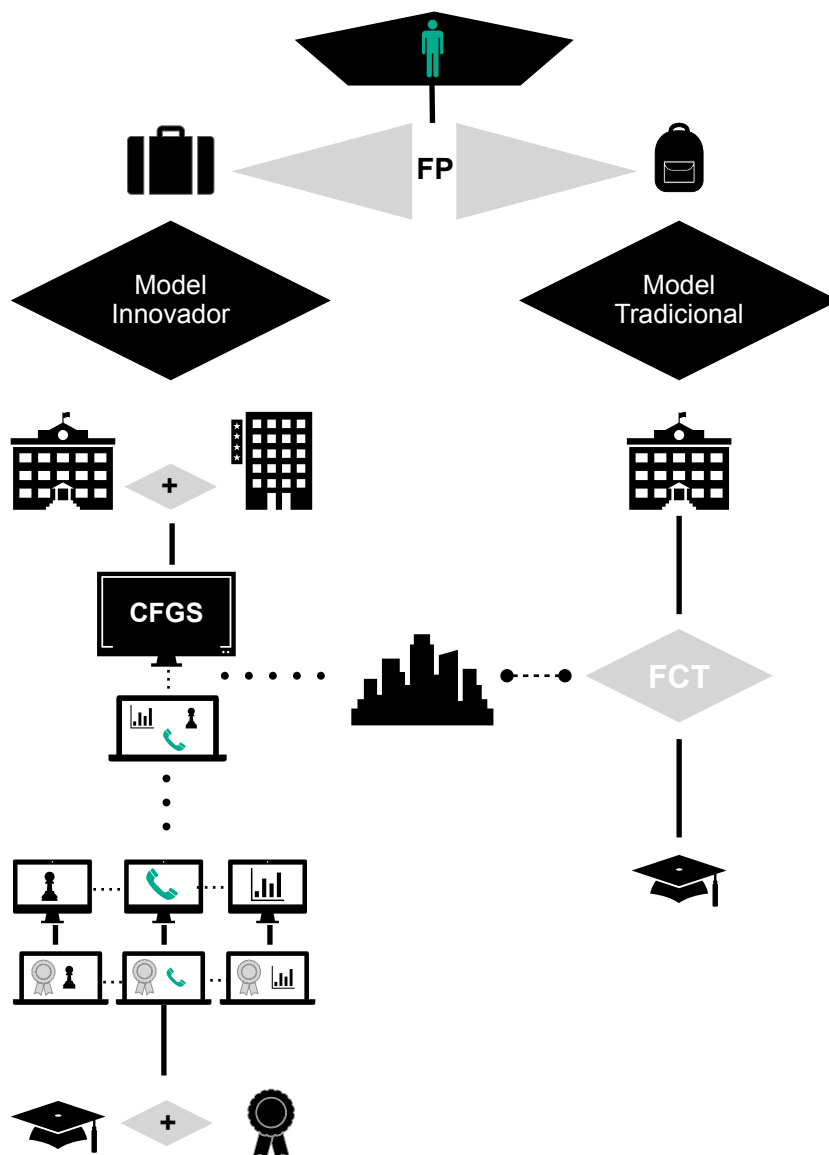
2 La madre de Antonio David Flores se

- Informe del Ministerio de Treball i Economia Social i el SEPE.





Annex 17: Metodologia aplicada a la proposta educativa. Elaboració pròpia.



LLEGENDA	
Centre Educatiu	Empresa
Mòduls	Competències
Departament	Entorn empresarial
Comunicació creativa	Informació
Resultats	Titulat/a

## Annex 18: Competències i objectius generals del CFGS Màrqueting i Publicitat.

### **Artículo 5. Competencias profesionales, personales y sociales.**

Las competencias profesionales, personales y sociales de este título son las que se relacionan a continuación:

- a) Realizar las gestiones necesarias para la constitución y puesta en marcha de una empresa comercial, planificando y gestionando la obtención de los recursos financieros necesarios que procuren la rentabilidad económica y financiera de la empresa.
- b) Asistir en la elaboración y seguimiento de las políticas y planes de marketing, analizando las variables de marketing mix para conseguir los objetivos comerciales definidos por la empresa.
- c) Planificar y desarrollar acciones de marketing digital, gestionando páginas web y sistemas de comunicación a través de Internet, para lograr los objetivos de marketing y de la política de comercio electrónico de la empresa.
- d) Obtener, analizar y organizar información fiable de los mercados, aplicando técnicas estadísticas y establecer un sistema de información eficaz (SIM), que sirva de apoyo en la definición de estrategias comerciales y en la toma de decisiones de marketing.
- e) Organizar grupos de encuestadores y/o entrevistadores y realizar encuestas y/o entrevistas, planificando el trabajo de campo y utilizando las técnicas y procedimientos establecidos, para cumplir los objetivos fijados en el plan de investigación comercial.
- f) Diseñar la política de relaciones públicas de la empresa y organizar y gestionar eventos de marketing y comunicación, interpretando el briefing, contratando proveedores, actores y agentes, asistiendo, dirigiendo y supervisando los eventos, para cumplir con lo establecido en la política de comunicación del plan de marketing.
- g) Gestionar los servicios de atención e información al cliente y de quejas y reclamaciones del cliente, consumidor y usuario, prestando un servicio de calidad para lograr la plena satisfacción del cliente y la transmisión de una buena imagen de la empresa u organización.
- h) Elaborar el plan de medios publicitarios de la empresa, combinándolos adecuadamente, y realizar su seguimiento y control para lograr su ejecución y eficacia.
- i) Gestionar el lanzamiento e implantación de productos y/o servicios en el mercado, aplicando las estrategias de marketing y las acciones promocionales adecuadas, de acuerdo con lo establecido en el plan de marketing de la empresa u organización.
- j) Elaborar materiales publipromocionales e informativos, respetando la normativa vigente en materia de publicidad y utilizando técnicas y aplicaciones informáticas de edición y diseño en diversos soportes, para difundirlos según los planes programados.
- k) Comunicarse en inglés con fluidez, tanto de palabra como por escrito, con todos los operadores y organismos que intervienen en operaciones comerciales.
- l) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales, manteniendo actualizados los conocimientos científicos, técnicos y tecnológicos relativos a su entorno profesional, gestionando su formación y los recursos existentes en el aprendizaje a lo largo de la vida y utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.
- m) Resolver situaciones, problemas o contingencias con iniciativa y autonomía en el ámbito de su competencia, con creatividad, innovación y espíritu de mejora en el trabajo personal y en el de los miembros del equipo.

n) Organizar y coordinar equipos de trabajo con responsabilidad, supervisando el desarrollo del mismo, manteniendo relaciones fluidas y asumiendo el liderazgo, así como aportando soluciones a los conflictos grupales que se presenten.

ñ) Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías eficaces de comunicación, transmitiendo la información o conocimientos adecuados y respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

o) Generar entornos seguros en el desarrollo de su trabajo y el de su equipo, supervisando y aplicando los procedimientos de prevención de riesgos laborales y ambientales, de acuerdo con lo establecido por la normativa y los objetivos de la empresa.

p) Supervisar y aplicar procedimientos de gestión de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todos», en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

q) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional con sentido de la responsabilidad social.

r) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

#### **Artículo 9. Objetivos generales.**

Los objetivos generales de este ciclo formativo son los siguientes:

a) Conocer y valorar las fuentes y productos financieros disponibles, tales como créditos, préstamos y otros instrumentos financieros, así como las posibles subvenciones y seleccionar los más convenientes para la empresa, analizando la información contable y evaluando los costes, riesgos, requisitos y garantías exigidas por las entidades financieras, para obtener los recursos financieros necesarios que se requieren en el desarrollo de la actividad.

b) Elaborar informes de base y briefings, analizando y definiendo las diferentes estrategias comerciales de las variables de marketing mix, para asistir en la elaboración y seguimiento de las políticas y planes de marketing.

c) Utilizar las nuevas tecnologías de la comunicación a través de Internet, construyendo, alojando y manteniendo páginas web corporativas y gestionando los sistemas de comunicación digitales, para planificar y realizar acciones de marketing digital.

d) Diseñar planes de investigación comercial, determinando las necesidades de información, recogiendo los datos secundarios y primarios necesarios para obtener y organizar información fiable de los mercados.

e) Elaborar informes comerciales, analizando la información obtenida del mercado mediante la aplicación de técnicas estadísticas, para establecer un sistema de información de marketing eficaz (SIM).

f) Determinar las características del personal de campo, definiendo criterios de selección, dimensión, formación, motivación y remuneración, para organizar grupos de encuestadores y/o entrevistadores.

g) Interpretar correctamente un cuestionario y las instrucciones adjuntas y pasarlo a los encuestados, garantizando la fluidez y exactitud de las respuestas efectuadas, para realizar encuestas y/o entrevistas.

h) Definir los objetivos e instrumentos de las relaciones públicas de la empresa u organización, de acuerdo con lo establecido en el plan de marketing, para diseñar la política de relaciones públicas de la empresa.

i) Relacionar y coordinar a los distintos proveedores, actores y agentes intervinientes, dirigiendo y supervisando el evento según el protocolo establecido y resolviendo las incidencias de forma proactiva, para organizar y gestionar eventos de marketing y comunicación.

j) Organizar el departamento de atención al cliente y establecer las líneas de actuación para lograr la satisfacción y fidelización de los clientes, aplicando técnicas de comunicación adecuadas para gestionar los servicios de atención e información al cliente.

k) Establecer el procedimiento de atención y resolución de quejas y reclamaciones de clientes, aplicando técnicas de comunicación y negociación adecuadas y/o de mediación o arbitraje para gestionar las quejas y reclamaciones del cliente, consumidor y usuario.

l) Realizar propuestas de combinación de medios y soportes publicitarios, respetando la normativa vigente en materia de publicidad y redactando informes de control de emisión y cursaje, para elaborar el plan de medios publicitarios.

m) Elaborar el argumentario de ventas del producto o servicio para su presentación a la red de ventas y definir las acciones de marketing y de promoción comercial, analizando datos del sistema de información de mercados y el briefing del producto, para gestionar el lanzamiento e implantación de productos y/o servicios en el mercado.

n) Aplicar técnicas de comunicación publicitaria persuasivas y de atracción del cliente, seleccionando contenidos, textos e imágenes y utilizando el estilo propio de la comunicación comercial e informativa de la empresa para elaborar materiales publipromocionales e informativos.

ñ) Gestionar en inglés las relaciones con clientes, proveedores, organismos públicos, banca nacional e internacional y demás operadores que intervienen en las actividades comerciales.

o) 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, para mantener el espíritu de actualización y adaptarse a nuevas situaciones laborales y personales.

p) 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.

q) 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.

r) Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.

s) 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.

t) Evaluar situaciones de prevención de riesgos laborales y de protección ambiental, proponiendo y aplicando medidas de prevención personales y colectivas, de acuerdo con la normativa aplicable en los procesos de trabajo, para garantizar entornos seguros.

u) Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias, para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todos».

v) Identificar y aplicar parámetros de calidad en los trabajos y actividades realizados en el proceso de aprendizaje, para valorar la cultura de la evaluación y de la calidad y ser capaces de supervisar y mejorar procedimientos de gestión de calidad.

w) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.

x) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales, para participar como ciudadano democrático.

## Annex 19: Condicions que afavoreixen o dificulten la innovació als centres educatius.

**Quadre 1:** Condicions que afavoreixen la innovació en els centres educatius.

- Qüestionament i reflexió permanent en relació amb els seus resultats.
- Equip docent estable i cohesionat.
- Bon clima institucional.
- Capacitat de treball en equip.
- Constància en el treball i interès en el desenvolupament personal i institucional.
- Altes expectatives vers l'alumnat.
- Plantejament de la innovació dins un context ben definit.
- Bona predisposició al treball en xarxa i a la cooperació externa
- Avaluacions freqüents dels resultats de la innovació i dels canvis.

**Quadre 2.** Condicions que dificulten la innovació en els centres educatius.

- Resistència al canvi.
- Estructura organitzativa rígida i fragmentada.
- Model organitzatiu rutinari. Corporativisme i poca predisposició a la cooperació externa.
- Malestar docent.
- Individualisme professional.
- Baixes expectatives professionals.
- Canvis constants en els equips docents.
- Comunitat educativa enfrontada.
- Pràctica escolar distanciada de la investigació educativa.

**Annex 20:** Estratègies metodològiques innovadores i aplicació a la proposta.  
Elaboració pròpia.

ESTRATÈGIA	CARACTERÍSTIQUES PRINCIPALS	APLICACIÓ
<b>SIMULACIÓ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• És una estratègia que permet que els alumne, mitjançant l'experiència, es converteixin en agents actius en el desenvolupament de les seves habilitats, actituds i coneixements.</li> <li>• La simulació proporciona un alt grau d'interacció, la qual cosa augmenta la motivació i el compromís dels alumnes. Les competències s'adquireixen gràcies al treball en equip i durant el procés d'execució dels projectes.</li> <li>• Mitjançant la ludificació s'aconsegueix que l'alumnat aprengui més ràpidament, permet detectar errors i millora la capacitat de resposta.</li> </ul>	<p>La proposta en sí mateixa ja s'adapta a la simulació adaptant el centre a un entorn i f u n c i o n a m e n t empresarial.</p>
<b>GAMIFICACIÓ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilita l'aprenentatge gràcies al seu caràcter lúdic que aconseguix generar una experiència positiva a l'alumnat.</li> <li>• Es fomenta la motivació de l'alumnat, augmentant el seu compromís i també incentivant l'ànim de superació d'aquests.</li> <li>• La tècnica emprada es basa en recompensar l'alumnat en funció dels objectius aconseguits.</li> <li>• L'objectiu general d'aquesta estratègia no és crear un joc en sí sinó apropiat-se dels sistemes que el caracteritzen: recompenses, objectius, regles, competició, estatus, assoliment personal, pensament estratègic, etc.</li> </ul>	<p>Els alumnes es veuran recompensats en tant que estaran vinculats amb empreses del sector i, en funció dels resultats obtinguts, podran optar al centre de FCT que desitgin. També es fomentarà un poc l'esperit competitiu entre els diferents rols i càrrecs dintre del departament.</p>
<b>APRENTATGE COOPERATIU</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promou la interacció cara a cara, desenvolupar les habilitats del grup, donar responsabilitat a cada membre del grup, la reflexió sobre el treball grupal, la interdependència positiva, etc.</li> <li>• Redueix el nivell d'abandonament dels estudiants. També promou l'aprenentatge independent, autodirigit i la capacitat per raonar de forma crítica, fomenta la implicació de l'alumnat, la comunicació oral i escrita.</li> <li>• Amb aquest tipus d'aprenentatge es prepara a l'alumnat pel món laboral actual, desenvolupant la capacitat de lideratge i preparant-los com a ciutadans.</li> </ul>	<p>En tant que els alumnes treballaran per grups depenent del departament que tinguin assignat farà que hagin de compartir el seu coneixement per tal que la proposta sigui endavant.</p>

<p><b>REPTES I PROBLEMES</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pretèn que l'alumnat solucioni situacions de la vida real amb les pròpies estratègies mitjançant els seus coneixements prèvis, la investigació i les seves reflexions.</li> <li>• Fomenta el treball en equip per tal d'arribar col·laborativament a un objectiu comú; solucionar un problema. també millora la capacitat de comunicació, la presa de decisions, la capacitat d'investigar, etc.</li> <li>• Les fases que s'han de dur a terme són: planificar, organitzar els grups, presentar el repte/problema, definir quin és el problema, idear, plantejar hipòtesis, investigar, sintetitzar i avaluar.</li> </ul>	<p>El fet de poder canviar la programació o les activitats en gairebé poca antel·lació, farà que els alumnes hagin de tenir una bona capacitat de resposta per fer-li front.</p>
<p><b>APRENTATGE SERVEIS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Els estudiants aprenen oferint un servei a la comunitat.</li> <li>• L'alumnat es compromet amb un projecte que permet desenvolupar els seus coneixements, habilitats, actituds i valors.</li> <li>• També els permet actuar i aplicar els coneixements a casos i necessitats reals.</li> <li>• Es veuen beneficiats tant l'alumnat, com el professorat, les organitzacions socials i tota la comunitat.</li> <li>• El professorat actua com a guia, assessorant a l'alumnat però deixant-los llibertat de fer.</li> </ul>	<p>La proposta suposarà un bé per a tota la comunitat educativa en tant que la proposta es basa en dur a terme una campanya de Branding Educatiu.</p>
<p><b>DESIGN THINKING</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• És una metodologia que permet generar solucions als estudiants i desenvolupar la seva empatia, creativitat, etc.</li> <li>• El que importa no és el resultat sinó l'aprenentatge que genera el projecte.</li> <li>• L'alumnat és el centre del seu propi aprenentatge.</li> <li>• Suposa una oportunitat per desenvolupar habilitats i perícia en diferents àmbits que requereix la societat actual.</li> <li>• Procès de descobrir, interpretar, idear, experimentar i evolucionar.</li> </ul>	<p>L'alumnat aprendrà a gestionar el seu temps, a crear els propis continguts i reptes. El fet de que el docent sigui un guia durant el procés resultarà en la potenciació de la creativitat i la innovació dels alumnes.</p>

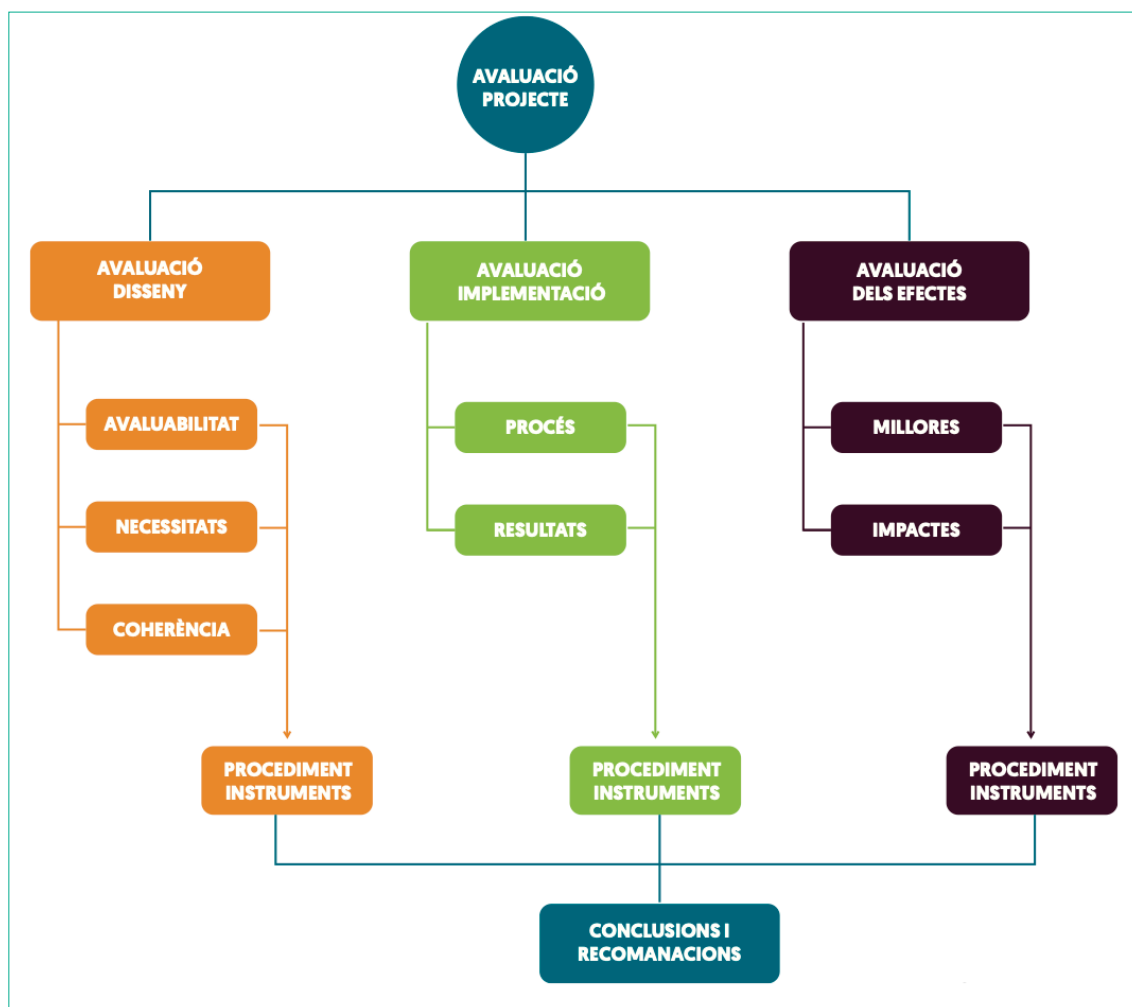


## Annex 21: Tipologia d'activitats per dur a terme la proposta.

<b>ACTIVITATS A L'AULA</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dissenyar jocs d'estratègia.</li><li>• Resoldre casos empresarials reals.</li><li>• Anàlisi de casos particulars.</li><li>• Descobrir i promocionar talents entre l'alumnat.</li><li>• Debats.</li><li>• Reunions de personal.</li><li>• Dissenyar estratègies.</li><li>• <i>Role-Playing</i>.</li><li>• <i>Flipped-Classroom</i>.</li><li>• Grup d'experts.</li><li>• Dinàmiques de grup.</li><li>• Realitzar enquestes i entrevistes.</li><li>• Dissenyar campanyes de màrqueting.</li><li>• Elaboració de cartells, fulletons, etc.</li><li>• Gravació de material audiovisual.</li><li>• Presentacions de projectes.</li><li>• Gestió de xarxes socials.</li><li>• Creació de continguts web.</li><li>• Entrades al Blog del centre.</li><li>• E-mail màrqueting.</li><li>• Organitzar esdeveniments al centre.</li><li>• Proposar activitats.</li><li>• Establir comunicacions amb professorat i alumnat per extreure'n conclusions sobre les necessitats personals.</li><li>• DAFO del centre.</li><li>• <i>Escape Rooms</i> educatives.</li></ul>
<b>ACTIVITATS FORA DE L'AULA</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Presentacions virtuals.</li><li>• Reunions virtuals.</li><li>• Conèixer el context escolar (personal que hi treballa, alumnat, instal·lacions).</li><li>• Sortides dins l'entorn urbà.</li></ul>

**Annex 22:** Exemple del procés d'avaluació d'una proposta educativa innovadora.

- Avaluació del projecte.



- Avaluació del procés.

