

Artículo de Investigación

# Adaptación de un proyecto de innovación docente a las directrices del Espacio Europeo de Educación Superior

## Adaptation of a teaching innovation project to the guidelines of the European Higher Education area

Marian Núñez-Cansado<sup>1</sup>: Universidad de Valladolid (España)

[mariaangeles.nunez@uva.es](mailto:mariaangeles.nunez@uva.es)

Lara González-Díaz: Universidad de Valladolid (España)

[lara.gonzalez.diaz@uva.es](mailto:lara.gonzalez.diaz@uva.es)

Alberto Martín-García: Universidad de Valladolid (España)

[alberto.martin.garcia@uva.es](mailto:alberto.martin.garcia@uva.es)

Fecha de Recepción: 30/05/2024

Fecha de Aceptación: 15/10/2024

Fecha de Publicación: 30/01/2025

### Cómo citar el artículo

Núñez-Cansado, M., González-Díaz, L. y Martín-García, A. (2025). Adaptación de un proyecto de innovación docente a las directrices del Espacio Europeo de Educación Superior [Adaptation of a teaching innovation Project to the guidelines of the European Higher Education area]. *European Public & Social Innovation Review*, 10, 01-19. <https://doi.org/10.31637/epsir-2025-1211>

### Resumen

**Introducción:** Abordamos la creación y asentamiento de un proyecto de innovación docente que se centra en el aprendizaje, por parte del alumnado, de los conocimientos y funciones del sistema publicitario a partir de la organización del Festival Publicatessen. **Metodología:** Está basada en la aplicación de los seis itinerarios, fijados en el grado en Publicidad y RR.PP., de la Universidad de Valladolid, que engloban los diferentes perfiles de la profesión publicitaria y de las RR.PP. **Resultados:** Trabajo colaborativo, gestión del tiempo, resolución de situaciones de conflicto, negociación, fomentar el liderazgo... son algunos de los objetivos específicos que se han cumplido durante la creación y materialización del Festival Publicatessen. **Discusión:** la universidad, mediante este tipo de proyectos, se aleja de la endogamia y se abre a otros espacios públicos y privados en los que se producen sinergias. **Conclusiones:** Acercar la

<sup>1</sup> Autor Correspondiente: Marian Núñez-Cansado. Universidad de Valladolid (España).

realidad profesional a la universidad e implicar a la ciudad en la que se desarrolla el festival, son los dos ejes estratégicos sobre los que se asienta Publicatessen, cuyo cumplimiento de los objetivos expuestos tiene su continuación en la llegada al mercado laboral, vinculado a la publicidad, del alumnado participante en la gestión de este evento.

**Palabras clave:** comunicación; educación; publicidad, proyecto de innovación docente; universidad; educación superior; relaciones públicas, EEES.

### Abstract

**Introduction:** We address the creation and establishment of a teaching innovation project that focuses on the students' learning of the knowledge and functions of the advertising system from the organization of the Publicatessen Festival. **Methodology:** It is based on the application of the six itineraries, established in the degree in Advertising and PR, of the University of Valladolid, which encompass the different profiles of the advertising and PR profession. **Results:** Collaborative work, time management, resolution of conflict situations, negotiation, promoting leadership... are some of the specific objectives that have been met during the creation and materialization of the Publicatessen Festival. **Discussions:** the university, through this type of projects, moves away from endogamy and opens up to other public and private spaces in which synergies occur. **Conclusions:** Bringing the professional reality closer to the university and involving the city in which the festival takes place are the two strategic axes on which Publicatessen is based, whose fulfillment of the stated objectives continues in its arrival in the labor market. linked to advertising, of the students participating in the management of this event.

**Keywords:** communication; education; advertising, teaching innovation project; university; higher education; public relations; EHEA.

## 1. Introducción

La Declaración de Bolonia, firmada en el año 1999, supuso el punto de partida del concepto de "Espacio Común Europeo de Educación Superior". El objetivo central de esta declaración suscrita por ministros de Francia, Alemania, Italia y Reino Unido, era modernizar el sistema de educación superior mediante la homogeneización de los contenidos y metodologías empleadas por los docentes (Ruiz y Martín, 2005). Así, el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) surgió como una iniciativa para promover la armonización de los sistemas educativos en Europa, facilitando la movilidad académica y laboral, y mejorando la calidad y competitividad de las instituciones educativas.

A la Declaración de Bolonia le siguieron los tratados de Praga, Berlín, Bergen, Londres, Lovaina, Budapest y Bucarest. En la actualidad cuenta con 48 signatarios adheridos a los acuerdos.

En el 2007 el gobierno español aprobó el Real Decreto 900/2007, de 6 de julio, por el que se creó el Comité para la definición del Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior, cuya finalidad era la dinamización y organización de la aceptación de los principios básicos promulgados en la Declaración de Bolonia, adhiriéndose así al EEES.

En España, la adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) se lleva a cabo principalmente a través de las diferentes leyes promulgadas por el gobierno, en las que se adoptan los principios básicos de los acuerdos tomados dentro del EEES.

La Ley Orgánica de Universidades (Ley Orgánica 6/2001, 2001), en su adaptación al EEES,

fomenta la movilidad de estudiantes, la transferencia de créditos y la adopción de un sistema de titulaciones comunes, con el objeto de modernizar y mejorar la calidad y la competitividad de la educación superior española.

Cinco años más tarde se aprueba la Ley Orgánica de Educación, que mantiene el compromiso con las directrices de la EEES, la adopción de sistemas de créditos y la implementación de un marco común entre las titulaciones (Ley Orgánica 2/2006, 2006).

No será hasta el 2013 cuando España vuelva a publicar una nueva ley para la mejora de la calidad educativa (Ley Orgánica 8/2013, 2013), que refuerza con esta nueva normativa el proceso de adaptación al EEES al establecer estándares de calidad para los planes de estudio universitarios y promover la empleabilidad de los graduados. Destaca la importancia del aprendizaje de las competencias y habilidades para el desarrollo correcto del ejercicio profesional de los estudiantes, garantizando una formación universitaria relevante y adecuada a las demandas de la sociedad y el mercado laboral.

En el año 2023 fue promulgada la Ley Orgánica del Sistema Universitario. En su preámbulo remarca la importancia de seguir manteniendo vigentes los objetivos establecidos en la LOE, acordes con las directrices básicas del EEES, precisando la inclusión de otros planteamientos recientes relacionados con la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible en lo relativo a la educación (Ley Orgánica 2/2023, 2023).

Tanto en las directrices del EEES como en su adaptación en la diferente normativa española, se hace hincapié en el valor crucial de metodologías nuevas que logren objetivos óptimos en la adquisición de competencias. Dentro de este contexto, los proyectos de innovación docente han adquirido un papel crucial al impulsar nuevas metodologías que mejoran el proceso de enseñanza-aprendizaje: “con capacidad de transformar las prácticas educativas y su impacto más allá del aula” (Feixas y Martínez-Usarralde, 2022, p. 72). Para muchos autores es imprescindible plantear como reto esencial convertir la innovación docente en un mecanismo esencial para optimizar la calidad de la enseñanza y el aprendizaje de nuestros alumnos (Poce Fatou, 2020).

Desde hace años, las universidades han apostado por una educación transformadora y de alta calidad, mediante iniciativas financiadas por la institución que planteen novedosas metodologías de aprendizaje y estimulen el desarrollo de proyectos didácticos “con el objetivo de actualizar los formatos de enseñanza, aprendizaje y evaluación, además de introducir nuevas prácticas (como, por ejemplo, los rediseños híbridos de cursos, el aprendizaje-servicio o la clase invertida), mejorar el compromiso y la participación del estudiante, fomentar la colaboración entre titulaciones, etc., de acuerdo con las líneas estratégicas universitarias” (Feixas y Martínez-Usarralde, 2022b, p. 71). Estas estrategias se han materializado en proyectos de innovación docente.

La normativa española apoya y defiende la necesidad de la creación de estos proyectos como herramientas esenciales en las prácticas docentes. Así, la Ley Orgánica de Educación (LOE) hace énfasis en la necesidad de fomentar y apoyar iniciativas que mejoren los procesos educativos. En su artículo 102 del capítulo III, menciona que las administraciones educativas promoverán planes de evaluación y progreso que incluyan la innovación educativa como eje fundamental para mejorar la calidad del sistema educativo (Ley Orgánica 2/2006, 2006).

Del mismo modo, la Ley Orgánica de Universidades de 2001, cuyo objeto es regular el sistema universitario español, destaca la importancia de la innovación docente en el ámbito universitario. Según el artículo 87, título XIII asociado a la adaptación del Espacio Europeo, las

universidades deben fomentar la calidad de la enseñanza mediante programas de formación y actualización del profesorado, incentivando proyectos de innovación educativa y metodológica para mejorar los resultados de aprendizaje (Ley Orgánica 6/2001, 2001).

En la Ley Orgánica para la Mejora de la Calidad Educativa, se destaca la relevancia de la innovación docente como una estrategia clave para alcanzar los objetivos. El artículo 122 defiende que las instituciones deben fomentar proyectos de innovación y experimentación educativa que contribuyan a la mejora de la calidad y eficiencia del sistema educativo, promoviendo el uso de nuevas tecnologías y metodologías de enseñanza (Ley Orgánica 8/2013, 2013).

La reciente Ley Orgánica de regulación del Sistema Universitario (Ley Orgánica 2/2023, 2023) defiende la necesidad de proporcionar instrumentos y habilitar espacios que permitan que las universidades se conviertan en instituciones de experimentación, innovación y participación (Título IV), asegurando, entre otros, la financiación de los proyectos de innovación docente (Capítulo 3, Artículo 56). En su título I, artículo 2, defiende la necesidad de promoción de la innovación docente a partir de conocimientos en los ámbitos sociales, económicos, medioambientales tecnológicos e institucionales. Remarca la autonomía de las universidades (Título I, artículo 3) y la necesidad de implementar programas de investigación y de intercambio de innovación en la metodología docente. En la descripción de la función del docente (Título II Artículo 6) promueve la necesidad de implementar metodologías y estrategias, pues la innovación en las formas de enseñar y aprender debe constituir un principio fundamental en el desarrollo de las actividades docentes y formativas universitarias. En cuanto a los derechos de participación y representación del alumnado (Capítulo VIII, artículo 34), garantizan la participación de estos en la promoción activa de la innovación docente, y su vinculación con la sociedad y el entorno local e internacional.

Gran parte de la literatura científica sobre la innovación docente con relación al EEES, destaca la importancia de las metodologías coherentes con las directrices de los diferentes acuerdos firmados, prestando gran atención a las resistencias de estudiantes y profesores para adaptarse a nuevas formas de aprendizaje que promuevan una educación más participativa y autónoma (José et al., 2014) y que permitan la correcta incorporación del alumno en el mercado laboral. Directriz básica del EEES: promover la empleabilidad y la competitividad a nivel internacional dentro del Espacio Europeo de Enseñanza Superior. La conexión entre la formación académica y las necesidades del entorno profesional permite que los estudiantes desarrollen capacidades imprescindibles en el ejercicio de su profesión, mejorando su empleabilidad y contribuyendo al desarrollo económico y social. Los programas educativos deben incluir prácticas profesionales, proyectos colaborativos con empresas y una formación en habilidades. De esta manera se garantiza que los graduados no sólo posean conocimientos teóricos sólidos, sino también la experiencia y las competencias necesarias para integrarse exitosamente en el mercado laboral.

### ***1.1. Justificación del proyecto de innovación docente***

La normativa española en materia de educación superior, acorde con las directrices del EEES, defiende la necesidad de crear metodologías docentes que permitan al alumno adquirir las competencias necesarias para lograr una adecuada inserción laboral. Para ello es imprescindible la integración de competencias académicas y profesionales.

La razón principal radica en la necesidad de formar profesionales que puedan adaptarse a un entorno laboral dinámico y altamente competitivo. Una metodología correcta permite a los estudiantes desarrollar habilidades esenciales como la resolución de problemas, el trabajo en equipo y la aplicación de conocimientos teóricos en situaciones reales, que son altamente

valorados por las empresas. Una estrategia metodológica que integre competencias académicas y profesionales potencia la motivación y compromiso del alumno, ya que perciben la relevancia directa de lo aprendido en su futuro profesional. De esta manera, el sistema educativo no sólo cumple con el objetivo de transmitir conocimientos, sino que también se cerciora de que los egresados estén preparados para contribuir de manera efectiva al desarrollo económico y social del país. Generar metodologías apropiadas para integrar estos aspectos en la formación académica es imprescindible para acortar distancias entre la educación y el empleo, promoviendo una transición más efectiva al mercado laboral.

El planteamiento de crear una metodología docente que genere sinergias entre competencias teóricas y prácticas, a partir de proyectos profesionales reales con un impacto tangible, permite a los estudiantes experimentar de primera mano los desafíos y dinámicas del entorno laboral, consolidando así su aprendizaje teórico con la práctica profesional. Partimos del principio básico del aprendizaje experiencial que defiende que el aprendizaje significativo se potencia en situaciones reales de contexto y permite un desarrollo holístico y multidimensional (Gleason Rodríguez & Rubio, 2020).

Utilizar metodologías docentes en las que se desarrollen actividades profesionales en entornos reales, permite a los alumnos aplicar conocimientos teóricos, desarrollando habilidades prácticas y vitales para su futura inserción en el mercado laboral. Aplicar este tipo de metodologías no solo facilita un aprendizaje más significativo, sino que también fomenta el desarrollo de competencias transversales como pueden ser la toma de decisiones, la comunicación y la capacidad de adaptarse a diferentes contextos y a enfrentarse a problemas reales asociados con la profesión. La Ley Orgánica de Regulación del Sistema Universitario defiende la necesidad de crear metodologías docentes que permitan al alumno adquirir las competencias necesarias para lograr una adecuada inserción laboral, para ello es imprescindible la integración de competencias académicas y profesionales.

Junto a la necesidad de plantear proyectos con tareas profesionales auténticas y con resultados tangibles, es indispensable también generar una motivación adecuada para que el aprendizaje sea óptimo, atendiendo a sus preferencias y al entorno donde el alumno se desenvuelve, pues la cognición no debe ser entendida de manera aislada, sino que debe ser estudiada en relación con las actividades prácticas, las interacciones sociales y el entorno en el que se desarrolla (Lave & Wenger, 1991). La Cognición Situada destaca el valor de los proyectos docentes desarrollados en interacción con procesos sociales ligados a la relevancia cultural del momento y del sujeto (Sánchez-Delgado, 2005).

Algunos autores constructivistas han defendido que el papel de las instituciones de educación debe estar sujeto a aprendizajes significativos construidos por el alumno que permitan enriquecer su conocimiento del mundo físico y social que les rodea, potenciando su crecimiento personal (Díaz, 2020).

La Ley Orgánica de Regulación del Sistema Universitario (Ley Orgánica 2/2023, 2023), en el título relacionado con la participación y representación del alumnado (capítulo VIII, artículo 34) garantiza la participación de los egresados en la promoción activa de la innovación docente y su vinculación con la sociedad y el entorno local e internacional. El aprendizaje se construirá de forma más significativa cuanto más implique una relación directa de la tarea con la sociedad que les rodea, siendo esta una actividad real con resultados tangibles. Al plantear proyectos cercanos a su entorno, los estudiantes desarrollan un sentido de responsabilidad y pertenencia hacia su comunidad:

El docente al asumir el enfoque de la cognición situada como el eje directriz de su praxis

pedagógica deber tener siempre presente que el conocimiento no se encuentra separado ni aislado del contexto donde se encuentra ubicado el estudiante donde se suscitan situaciones culturales concretas, este tipo de cuestionamiento posibilita la toma de conciencia de la importancia radical que tiene donde interactúa (Torres Illescas et al., 2024: 74).

Uno de los objetivos comunes a las directrices del EEES y las leyes de educación promulgadas en nuestro país, es garantizar la formación universitaria relevante y adecuada a las demandas de la sociedad y al mercado laboral, además de plantear proyectos reales con resultados tangibles que se desenvuelvan en entornos sociales concretos. Junto a estos requisitos sería indispensable plantearnos también el estado motivacional de nuestros alumnos ante la inserción al mundo laboral.

La literatura científica más actual nos muestra un nuevo reto con relación a la motivación del alumnado y el autoconcepto de baja percepción de sus competencias laborales tras terminar sus ciclos formativos (Navarro et al., 2015). Muchos alumnos manifiestan las dudas sobre sus propias capacidades, miedo a fracasar, bajas expectativas y/o síntomas asociados con una baja percepción de sus propias capacidades. El 90% de los graduados universitarios considera que necesita una formación adicional tras finalizar sus estudios (Fundación y Empresa, 2022), y un 70 % alega que no se siente capacitado para ejercer la profesión (Adecco, 2018).

Uno de los factores que influyen tanto en la adquisición como en el posterior desarrollo de las competencias es, precisamente, la autocompetencia percibida de los estudiantes (Pintrich y Pajares, 2009). Una mayor autocompetencia se traduce en un mayor nivel de aceptación, de dominio del entorno, de crecimiento personal, de autonomía y de relaciones positivas con los demás. Las dimensiones psicológicas son claves en la adquisición del aprendizaje de competencias y en su puesta en marcha (Khramtsova y Gordeeva, 2007).

La autocompetencia del sujeto condicionará las emociones y motivaciones que funcionan de intermediarios en el aprendizaje, siendo muy relevantes a la hora de lograr un buen rendimiento académico (Mega et al., 2020) y el desarrollo eficaz de las tareas (Ahmed et al., 2010).

El proyecto de innovación docente “La organización de festivales publicitarios de éxito como herramienta para la integración de competencias académicas y profesionales (167), ante el reto planteado por las diferentes instituciones y legislaciones vigentes, de contribuir con la inserción laboral adecuada con relación a las competencias adquiridas en el grado y atendiendo a la justificación argumentada en el punto anterior, se estructuró a partir de los siguientes requisitos:

1. Integración de competencias académicas y profesionales.
2. Proyecto desarrollado en situación real con resultados tangibles.
3. Acciones ejecutadas en el entorno social de los alumnos.
4. Iniciativas capaces de generar estados de autocompetencia favorables en el alumnado.
5. Participación del alumnado en la innovación docente.
6. Propuestas que aumenten la sensación de logro del alumnado que permitan generar un estado emocional favorable.

El proyecto se desarrolla en la Universidad de Valladolid, en el Campus María Zambrano de Segovia, aplicado al grado de Publicidad y Relaciones Públicas, en concreto a los alumnos del cuarto curso – quienes participan de forma voluntaria –, siendo la participación entorno a un 70% de los alumnos matriculados en dicho curso.

El marco metodológico del que partimos es el aprendizaje significativo, uno de los aprendizajes más relevantes en la pedagogía actual, propuesto por el psicólogo David Ausubel en el año 1963, en la obra titulada *The Psychology of meaningful verbal Learning: An introduction to school learning*. El aprendizaje significativo se opone radicalmente al aprendizaje memorístico, pues considera que en este solamente se producen asociaciones arbitrarias que no implican un aprendizaje efectivo. En el aprendizaje significativo el nuevo conocimiento se asocia de manera significativa con los previos, lo que implica una mejor comprensión que facilitará un aprendizaje permanente. Para que se produzca el aprendizaje significativo se requieren dos condiciones principales: una actitud favorable del alumno hacia el aprendizaje y que la tarea sea potencialmente significativa. Así, los contenidos no deben ser ni arbitrarios ni vagos, deben tener una estructura lógica, y para ello se puede recurrir a organizadores previos (Ausubel, 2002). El aprendizaje experiencial surge del aprendizaje significativo y utiliza estrategias como la resolución de problemas, el aprendizaje por proyectos, el aprendizaje por servicio o aprendizaje cooperativo. En un estudio realizado por el profesor Gleason (2020), se concluyó que las universidades están incorporando cada vez más el aprendizaje experiencial en sus programas, utilizando proyectos desarrollados en el mundo real. Estas técnicas permiten la adquisición de competencias como la creatividad, la comunicación, la colaboración y el pensamiento crítico; habilidades imprescindibles en el desarrollo de actividad profesional publicitaria.

Las teorías de aprendizaje significativo y el aprendizaje experiencial presentan un nuevo rol del profesor como facilitador del aprendizaje del alumno; como mediador entre la asignatura y los estudiantes, con nuevas funciones de orientador y guía, creador y gestor de los proyectos y experiencias (Ruiz y Martín, 2005).

Partiendo de estas premisas y de los requisitos iniciales, se presenta un proyecto en el que los alumnos deben ser protagonistas absolutos del aprendizaje, permitiéndoles participar en los proyectos de innovación docente. El rol de profesor será definido como orientador y mediador, desarrollando las acciones en un entorno real que permita la relación directa con la sociedad y en la que el alumno está inmerso en el ámbito profesional en el que ejercerán su profesión. El proyecto debe estar centrado en acciones reales y tangibles que puedan ser cuantificadas en términos de logro.

Así surge la iniciativa de crear un festival publicitario llamado “Publicatessen”. El Festival tiene tres ejes esenciales: unas jornadas, de cuatro días de duración, en las que participan profesionales de prestigio del sector; una competición de creatividad, La Liga Publicatessen, en la que participan universidades de toda España; y una Gala Publicatessen en la que se entregan premios a las mejores piezas publicitarias en diferentes categorías.

Todos estos eventos son ideados, planeados, organizados, ejecutados y revisados por los alumnos del último curso del grado, permitiéndoles poner en práctica las competencias adquiridas durante el grado en perfiles diferentes según el departamento en el que estén asignados. El curso actual 2023/2024 se ha celebrado la XVI edición con una gran acogida tanto por los miembros de la comunidad universitaria como por los de la sociedad segoviana.

## 1.2. Objetivos

Se fijan los siguientes objetivos generales:

1. Generar un proyecto que permita la integración de competencias académicas y profesionales desarrollado en situación real con resultados tangibles.
2. Acciones ejecutadas en el entorno social de los alumnos que fueren la necesidad de generar relaciones con asociaciones, instituciones y tejido empresarial del entorno.

3. Generar iniciativas que permitan crear un *feedback* a los alumnos sobre su capacidad de trabajo y que propicie estados de autocompetencia favorables en el alumnado.
4. Participación activa y autónoma del alumnado en la innovación docente.
5. Propuestas que aumenten la sensación de logro del alumnado que generen un estado emocional favorable.

Se establecen los siguientes objetivos específicos a partir de los objetivos generales y las competencias básicas del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Valladolid:

1. Desarrollo práctico de las competencias adquiridas durante el grado en un entorno profesional.
2. Fomentar el trabajo colaborativo.
3. Permitir a los alumnos que puede contribuir a tomar elecciones claves con relación a su futuro profesional.
4. Acercamiento a la realidad profesional.
5. Fomentar la capacidad de liderazgo y dirección de equipos.
6. Potenciar la capacidad de Resolución de problemas en situaciones de conflicto.
7. Desarrollo de habilidades de atención al cliente.
8. Fomentar la capacidad de los alumnos para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos.
9. Potenciar la capacidad del alumno para aprender a gestionar el tiempo.
10. Fomentar y potenciar las capacidades para construir, planificar y evaluar acciones y discursos propios de la comunicación publicitaria.

## 2. Metodología

El grado de Publicidad y Relaciones Públicas ofrece seis itinerarios que reflejan los diferentes perfiles de la profesión publicitaria y de las relaciones públicas. En base a estos perfiles se generan diferentes departamentos a los que los alumnos pueden acceder de forma voluntaria, respetando sus intereses y perfiles profesionales, lo que conlleva un aumento en la motivación e implicación del alumnado junto con un mayor desarrollo de las competencias adquiridas con relación a sus habilidades. Además, esta organización permite al alumno indagar sobre el ejercicio de la profesión en áreas concretas y así acercarse al mundo laboral de una manera más real. Aun así, en todos los departamentos se desarrollan competencias transversales comunes.

La actividad comienza en octubre con una reunión informativa en la que los alumnos deciden si quieren participar, en qué departamento y con qué cargo. Esto les permite decidir en base a sus preferencias y habilidades, dotándoles de autonomía, tal y como marcan las directrices del EEES. Se asigna a un profesor por departamento, especialista en cada campo, que será durante el año su orientador. Esto facilita al docente evaluar el nivel de conocimiento de la materia del alumno, lo que supone una excelente práctica para el diseño posterior de sus programas, incidiendo en aquellos aspectos más deficientes. Tal y como describe el artículo 6 del capítulo VIII de La Ley Orgánica de Regulación del sistema Universitario (Ley Orgánica 2/2023, 2023), el docente tiene la obligación de implementar metodologías y estrategias que faciliten la adquisición de competencias.

Los alumnos elegirán por votación democrática a su presidente/a y vicepresidente/a, otorgándoles plena autonomía en su decisión, así se encuentran representados y partícipes del proyecto. Esta circunstancia les hace sentirse fuera de la zona de confort e identificarse con el proyecto, que sienten suyo, lo que aumenta la motivación en el trabajo, respetando el artículo 6 del Título II sobre la participación del alumno en proyectos de innovación. A partir de aquí, cada departamento distribuye las funciones, según perfil profesional entre los participantes, y

comienza el trabajo de ideación, planificación, organización, dirección, ejecución y supervisión.

Así se crean los diez departamentos en los que los alumnos desarrollarán su actividad en el proyecto (Tabla 1), organizados jerárquicamente, lo que permitirá además adquirir habilidades transversales como la toma de decisión o el liderazgo.

**Tabla 1.**

*Distribución de departamentos según itinerarios del grado*

Itinerarios del Grado	Departamentos del Festival	Competencias Generales	Competencias Transversales	Competencias específicas
Creatividad y gestión de la comunicación Publicitaria y de las RRPP	Dpto. Diseño Dpto. Comunicación Dpto. Gala Dpto. Liga Publicatessen	CG-1 / CG-2 / CG-3/	CE-19/ CE-20/ CE-21/ CE-22/ CE-23/ CE-24/ CE-25/ CE-26/ CE-27	CE- 1/ CE-5/ CE-7/CE-8/ CE-9/CE-11/ CE-12/ CE-13/CE-14/ CE-15/CE-16
Gestión de RRPP y de las empresas e instituciones	Dpto. Protocolo Dpto. Patrocinio Junta Directiva Dpto. Jornadas Dpto. Gala. Dpto. RSC.	CG-4/ CG-5/ CG-6.	CE-19/ CE-20/ CE-21/CE-22/ CE-23/CE-24/ CE-25/CE-26/ CE-27	CE-1/CE-2/ CE-3/CE-4/ CE-5/ CE-6/ CE-7/CE-8/ CE-9/CE-11/ CE-12/ CE-13/CE-14/ CE-15/CE-16
Planificación estratégica de la comunicación publicitaria	Dpto. Comunicación Junta Directiva		CE-19/ CE-20/ CE-21/CE-22/ CE-23/CE-24/ CE-25/CE-26/ CE-27	CE-1/ CE-2/ CE-7/CE-8/ CE-9/CE-11/ CE-12/ CE-13/CE-14/ CE-15/CE-16
Investigación de la comunicación publicitaria y de las RRPP	Dpto. Comunicación		CE-19/ CE-20/ CE-21/CE-22/ CE-23/CE-24/ CE-25/CE-27	CE-1/CE-3/ CE-4/CE-6/ CE-8/CE-9/ CE-12/ CE-14/ CE-15/Ce-16
Dirección y consultoría de la comunicación corporativa	Junta Directiva. Dpto. Comunicación. Dpto. Comunicación interna		CE-19/ CE-20/ CE-21/CE-22/ CE-23/CE-24/ CE-25/CE-26/ CE-27	CE-2/CE-3/ CE-4/ CE-5/ CE-6/7/CE-8/ CE-9/CE-11/ CE-12/ CE-13/CE-14/ CE-15/CE-16

Producción de contenidos en comunicación audiovisual, publicidad y RRPP.	Dpto. Audiovisuales. Dpto. Diseño		CE-19/ CE-20/ CE-21/CE-22/ CE-23/CE-24/ CE-25/	CE-5/ CE-6/ CE-8/CE-12/ CE-14/ CE-15/CE-18
--	--------------------------------------	--	--	--

**Fuente:** Elaboración propia en base al estudio realizado (2024).

El trabajo en cada departamento se ajusta a los intereses de los alumnos y siempre se produce en situación real con acciones que pueden ser cuantificadas en éxitos o fracasos. Esto permite recibir un *feedback* sobre la eficacia de su trabajo. Los resultados favorables motivan un aumento de autoconcepto en el sujeto, que contrarresta su baja percepción en relación con sus competencias. El profesor actúa con un rol de guía, modificando los errores y aportando el conocimiento suficiente para que el alumno logre el aprendizaje. Se produce aquí una retroalimentación entre alumno-profesor, pues por un lado supone una excelente metodología de evaluación de las competencias impartidas durante el grado, que permite una reconsideración de los programas docentes, y una nueva oportunidad para instruir al alumno en una situación no ficticia del ejercicio de su profesión.

Partiendo de las bases del aprendizaje experiencial, se plantean las diferentes estrategias docentes desarrolladas en el proyecto (Tabla 2).

**Tabla 2.**

*Principios básicos del aprendizaje experiencial, adaptación al plan de actuación, y Festival Publicatessen*

<b>Principios básicos del aprendizaje Experiencial</b>	<b>Adaptación al plan de actuación</b>	<b>Festival Publicatessen</b>
Salir de la zona de confort (Navarro, 2015)	Actividades que se alejen de las evaluaciones clásicas en el aula. La evaluación debe estar asociada con logros reales y tangibles en situaciones y acciones concretas, otorgándole al alumno una alta responsabilidad sobre su trabajo.	Realización de eventos en los que han participado más de 600 personas. Responsables de la dirección y organización. Cada departamento adquiere una función y una responsabilidad atendiendo al perfil profesional. El trabajo colaborativo es indispensable, no se trata de un proyecto ficticio sino real.
Construcción del nuevo conocimiento a partir del conocimiento adquirido previamente (Piaget, 1978)	Construir conocimiento a partir de las competencias adquiridas en el grado de Publicidad y RR.PP.	Desarrollo de las competencias adquiridas en el grado de Publicidad y RR. PP. acordes con las funciones desempeñadas en cada departamento según itinerarios del título. Puesta en práctica ante un evento real de las competencias adquiridas en el grado.
Generar nuevos retos (Navarro, 2015)	Crear acciones que supongan retos nuevos que no hayan llevado a cabo durante el grado.	Ideación, desarrollo y ejecución de evento. El alumno es el protagonista, el director, organizador y ejecutor del evento,

		lo que incrementa la motivación ante el reto.
Habilidades y experiencias individuales (Snow, 1989)	Permitir que el alumno desarrolle sus habilidades conforme al perfil profesional que se ajuste a sus preferencias.	Desarrollo de trabajo según perfil y función asociada al departamento. Realización de tareas, con autonomía, asignadas a cada alumno. Acciones tangibles en situaciones reales.
Autonomía y protagonismo del alumno (González Cabanach et al., 2012)	Dotar de autonomía al alumno mediante la creación de una jerarquía en el grupo con capacidad de decisión y actuación.	Jerarquía a partir de presidente vicepresidente y coordinadores de Departamentos. Asignación dentro de cada departamento de una función concreta, con acciones tangibles.
Contextualizar el proyecto en situaciones reales (Vygotsky, 1987)	Ejecución de eventos reales	Jornadas de Publicidad Gala Publicatessen Liga Publicatessen
Rol de profesor: guía (Gleason, 2020)	Conceder la autonomía a los alumnos y otorgar al profesor el rol de guía	Profesor en el rol de orientación dotando de autonomía a los alumnos. Distribución de un profesor especializado por departamento.
Trabajos colaborativos (Rilling, 2002).	Generar una estructura departamental en la que sea imprescindible el trabajo colaborativo tanto interdepartamental como intradepartamental.	Generar protocolo de actuaciones interdepartamentales
Desarrollo de habilidades sociales (Miguel, 2006)	Acción que requiera de interacción con el resto de alumnos, con Instituciones Públicas y con empresas	Participación en el festival de empresas, instituciones públicas, asociaciones... Trabajo colaborativo inter e intradepartamental
Desarrollo de habilidades personales (Miguel, 2006)	Puesta en escena de las habilidades en situaciones reales que suponga un reto con objetivos concretos.	Autonomía y responsabilidad en el trabajo realizado en cada departamento. Organización jerárquica.

**Fuente:** Adaptado de Núñez-Cansado y Martín-García (2023).

La dinámica de trabajo con el alumno se basa en el asesoramiento, a demanda, sobre competencias específicas, según necesidades de cada departamento y en reuniones formativas sobre competencias transversales atendiendo a las siguientes temáticas:

- a) Formación de equipos.
- b) Roles y responsabilidades.
- c) Dinámicas de grupo.
- d) Investigación y recursos.
- e) Resolución de problemas.
- f) Gabinetes de comunicación de crisis.
- g) Revisión reflexión y autoevaluación.
- h) Aprendizaje de servicios.

- i) Formación en tecnologías y herramientas digitales.

En el desarrollo del trabajo, tanto interdepartamental como departamental, se utilizan diversas tecnologías y herramientas digitales, como plataformas de gestión de proyectos (Microsoft Project) colaboración en línea (Google Doc), servicios de mensajería (FileSender), etc. cumpliendo con el objetivo clave de digitalización digital del EEES.

### 3. Resultados

Se elaboró una rúbrica *ad hoc* para evaluar los resultados del proyecto con relación a los objetivos específicos y se elaboró un cuestionario (Martín-García et al, 2022) que permitía evaluar los objetivos generales y que fue publicado en la revista *Human Review* (Martín-García et al., 2022). Los resultados materiales quedan resumidos en la siguiente tabla (Tabla 3):

**Tabla 3.**

*Resultados obtenidos*

<b>Participantes</b>	<b>7 profesores.</b> (Facultad de Ciencias Sociales Jurídicas y de la Comunicación) y <b>3 técnicos</b> (Campus María Zambrano) <b>114 alumnos</b> en la organización (grado de Publicidad y Relaciones Públicas) y <b>600 alumnos</b> en asistencia a eventos
<b>Material Generado</b>	<b>Jornadas de Publicidad:</b> Duración 4 días. Participación de 26 profesionales de la comunicación, desarrollo de 12 talleres y 315 asistentes. <b>Gala de la publicidad:</b> 366 asistentes/ 2.500 en <i>streaming</i> / 220 alumnos en un total de 250 piezas creativas originales e inéditas. Elaboración de un guion, Escenografía, diseño de escaletas técnicas, dirección teatral. <b>Liga Publicatessen:</b> participación de 200 alumnos y 14 universidades nacionales. Colaboración de 24 profesionales de la comunicación. <b>Campañas de comunicación con fines sociales:</b> 10 campañas de comunicación en colaboración con diferentes ONG de Segovia. <b>Eventos lúdicos:</b> 6 eventos en colaboración con la hostelería segoviana. <b>Material gráfico:</b> 71 post en redes sociales, 18 plantillas, 10 historias, 7 carteles gráficos, diseño de material de identidad corporativa, diseño de merchandising, diseño de muppis. <b>Material audiovisual:</b> 200 piezas realizados para diferentes ONG's y Facultad de Ciencias Sociales Jurídicas y de la Comunicación y promoción del evento. Bobina de producción de la Gala de Publicidad. 54 campañas de comunicación.

**Fuente:** Elaboración propia en base al estudio realizado (2024).

Conforme a los objetivos específicos, los resultados fueron los siguientes:

1. Desarrollo práctico de las competencias adquiridas durante el grado en un entorno profesional.

a) Acciones realizadas:

Organización por departamentos según itinerarios del título.

b) Indicadores de logro:

Los alumnos identifican y asignan de forma correcta los diferentes roles y responsabilidades de la profesión. Demuestran habilidades de comunicación efectiva y trabajo en equipo al interactuar entre departamentos y aplican correctamente los

conocimientos teóricos y prácticos para resolver problemas y tomar decisiones en tiempo real durante la organización del festival.

c) Recursos utilizados:

- *Team.*
- *Teambuilding.*
- *Focus group.*
- Mentoría y tutorías.
- Google calendario.
- Retroalimentación regular del equipo de profesores.
- *Brainstorming.*

2. Fomentar el trabajo colaborativo:

3. Acciones realizadas:

Generar una estructura departamental en la que sea imprescindible el trabajo colaborativo tanto interdepartamental como intradepartamental

b) Indicadores de logro:

Los alumnos muestran habilidades para trabajar de manera eficaz en equipos multidisciplinarios, respetando y valorando las contribuciones de cada miembro. Pueden comunicarse de manera clara y abierta, compartiendo ideas, resolviendo problemas y tomando decisiones de manera conjunta coordinando sus esfuerzos y recursos para cumplir con los plazos y objetivos establecidos para la organización del festival.

c) Recursos utilizados:

- *Team.*
- *Teambuilding.*
- Tutorías.
- Google Drive.
- Mentoría y tutorías.
- Google calendario.
- Retroalimentación regular del equipo de profesores.

4. Permitir a los alumnos que puede contribuir a tomar elecciones claves con relación a su futuro profesional:

a) Acciones realizadas:

Organización jerárquica por departamentos y desarrollo de la actividad propia de cada departamento para el desarrollo correcto de los eventos.

b) Indicadores de logro:

Los alumnos muestran habilidades para trabajar de manera eficaz en equipos multidisciplinarios, respetando y valorando las contribuciones de cada miembro, coordinando sus esfuerzos y recursos para cumplir con los plazos y objetivos establecidos para la organización del festival. La actividad les permite reflexionar sobre su experiencia de trabajo colaborativo, identificando fortalezas y áreas de mejora para futuros proyectos.

c) Recursos utilizados:

- *Team.*
- *Teambuilding.*
- Tutorías.
- Google Drive.
- Mentoría y tutorías.
- Google calendario.
- Retroalimentación regular del equipo de profesores.

#### 5. Acercamiento a la realidad profesional:

##### a) Acciones realizadas:

Organización de trabajo siguiendo rutinas de la agencia de publicidad. Contacto con anunciantes, proveedores, medios de comunicación, Instituciones.

##### b) Indicadores de logro:

Demuestran habilidades de comunicación efectiva al interactúan con proveedores, clientes reales, medios de comunicación, instituciones, con una excelente coordinación entre los miembros de su equipo.

##### c) Recursos utilizados:

- Retroalimentación regular del equipo de profesores y profesionales.
- *Focus group*.

#### 6. Fomentar la capacidad de liderazgo y dirección de equipos:

##### a) Acciones realizadas:

Organización en distintos niveles jerárquicos. Presidencia, junta y coordinación de departamentos

##### b) Indicadores de logro:

Los estudiantes asumen roles de liderazgo dentro de los equipos asignados, demostrando habilidades para motivar, delegar y coordinar tareas.

##### c) Recursos utilizados:

- Talleres de liderazgo.
- Mentoría y tutoría de profesorado y de profesionales del sector.
- Sesiones de retroalimentación estructuradas.

#### 7. Potenciar la capacidad de resolución de problemas en situaciones de conflicto:

##### a) Acciones realizadas:

Situaciones generadas del ejercicio propio de la profesión.

##### b) Indicadores de logro:

Los alumnos han identificado y analizado de forma correcta los conflictos potenciales dentro de las tareas realizadas y demuestran habilidades para abordar eficazmente los conflictos mediante la comunicación, la negociación y la búsqueda de soluciones colaborativas.

##### c) Recursos utilizados:

- Estudio de caso
- Mentoría con retroalimentación personalizada para la resolución de problemas
- Material adicional como libros, videos.

#### 8. Desarrollo de habilidades de atención al cliente

##### a) Acciones realizadas:

Captación de patrocinadores y colaboradores. Servicio de atención a los clientes: creación de correo electrónico y teléfono de atención.

##### b) Indicadores de logro:

Los estudiantes identifican las necesidades de los clientes y las sinergias con el evento. Demuestran habilidades efectivas de comunicación y empatía al interactuar con patrocinadores y colaboradores. Resuelven problemas y manejan quejas de manera profesional y satisfactoria para el cliente y aplican técnicas de venta y captación de patrocinadores de forma adecuada.

##### c) Recursos utilizados:

- Talleres/role-Playing.
- Estudios de caso.
- Retroalimentación y evaluación de las interacciones con clientes, patrocinadores y colaboradores.

9. Fomentar la capacidad de los alumnos para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos:

a) Acciones realizadas:

Creación de piezas gráficas para la difusión y promoción de los eventos.

b) Indicadores de logro:

Los alumnos han creado piezas gráficas con excelente calidad y coherentes con la identidad del evento demostrando habilidades en el uso de software y herramientas de diseño gráfico para la creación y edición de elementos visuales. Integran efectivamente los elementos gráficos en diversos materiales de promoción del evento, como folletos, banners digitales, cartelera, mupis, con comunicaciones y mensajes claros y concisos a través de texto y elementos visuales en los materiales creados.

c) Recursos utilizados:

- Talleres de formación en *software* de diseño gráfico.
- Recursos en línea.
- Acceso a biblioteca audiovisual.
- Retroalimentación de los trabajos entregados.

10. Potenciar la capacidad del alumno para aprender a gestionar el tiempo:

a) Acciones realizadas:

Organización del trabajo por departamento mediante *timing*.

b) Indicadores de logro:

Los alumnos identifican las prioridades y necesidades del equipo y demuestran habilidades en la planificación y programación de tareas relacionadas con la organización, utilizando herramientas y técnicas de gestión del tiempo para mejorar la productividad y eficiencia.

c) Recursos utilizados:

- Mentoría y tutorías.
- Seguimientos y retroalimentación.
- Herramientas de seguimiento: *RescueTime*.
- Google Calendar.

11. Fomentar y potenciar las capacidades para construir, planificar y evaluar acciones y discursos propios de la comunicación publicitaria:

a) Acciones realizadas:

Desarrollo de la comunicación necesaria según departamento

b) Indicadores de logro:

Los estudiantes identifican y analizan de manera correcta el público objetivo para cada comunicación. Demuestran habilidades para desarrollar mensajes publicitarios claros, persuasivos y atractivos y selecciona y utilizan los canales de comunicación más adecuados para llegar a su audiencia, realizando de forma correcta la efectividad de las estrategias publicitarias mediante análisis de métricas y *feedback* del público.

c) Recursos utilizados:

- Entrega de informes de evaluación de métricas.
- Retroalimentación y revisión regular de los trabajos entregados.
- Mentoría y tutoría de profesorado y de profesionales del sector.

## 4. Conclusiones

Se ha desarrollado una metodología de carácter holístico que integra los planteamientos del aprendizaje significativo y el aprendizaje experiencial, diseñando estrategias que permiten que el estudiante adquiera las competencias y habilidades profesionales, mediante la experiencia y la puesta en marcha de eventos reales con resultados tangibles. En la creación de la

metodología se han respetado los principios básicos de la normativa vigente en España, que adopta y adapta los acuerdos aprobados en el EEES, propiciando la creación de metodologías innovadoras que permitan al alumnado la adquisición de competencias teórico/prácticas que faciliten su inserción en el mercado laboral mediante el desarrollo de tareas concretas y tangibles. Se ha respetado la participación activa del alumnado en el proyecto de innovación docente y se le ha permitido tener una autonomía imprescindible para potenciar su motivación. Los logros conseguidos han sido evaluados muy favorablemente por los alumnos que han mostrado un mayor autoconcepto con relación a su competencia profesional (Martín-García et al., 2022) y el aumento de su motivación imprescindibles en el desarrollo de su actividad (Núñez-Cansado et al., 2020).

De todos los objetivos expuestos en este trabajo y explicados en los resultados, la aplicación de los conceptos aprendidos por parte del alumnado en el aula tiene su continuidad en el proyecto de innovación docente vinculado al Festival Publicatessen, ya que, como hemos expresado en páginas anteriores, trae consigo una serie de aptitudes y capacidades que acercan la organización de este evento a la realidad profesional a la que se van a enfrentar los estudiantes una vez finalicen sus estudios en la universidad, ampliando de esta manera la finalidad formativa que se le presupone a las instituciones educativas.

Se han organizado tres grandes eventos y otros tantos, de diferente calado, que han contado con la participación de la sociedad segoviana y de profesionales y agencias de contrastado bagaje en el ámbito de la publicidad y de la comunicación. Consideramos, conforme a las directrices del EEES, que las universidades no han de entenderse como espacios endogámicos en los que lo que sucede dentro de ellas no tiene repercusión en la vida de las ciudades en las que están presentes. Por lo que este tipo de proyectos no sólo son beneficiosos para su aprendizaje del alumnado, sino para la institución a la que representan y para la localidad en la que viven, lo que otorga a este proyecto una relevancia que va mucho más allá de un trabajo práctico universitario.

Cada edición plantea nuevas expectativas y retos a los que enfrentarse por primera vez. La solidez del Festival Publicatessen, que se encuentra en su XVI edición, tanto a nivel de gestión como de valoración positiva de la Universidad de Valladolid y de la propia sociedad segoviana, demuestran que estamos ante un proyecto acertado que ofrece las herramientas al alumnado para poner en práctica conocimientos teóricos adquiridos durante sus cuatro cursos académicos, así como descubrir otros nuevos que enriquecerán su paso por la universidad y su propio currículum vitae, facilitándoles la inserción en el mundo laboral.

## 5. Referencias

- Ahmed, W., Van der Werf, G., y Minnaert, A. (2010). Motional Experiences of Students in the Classroom: A Multimethod Qualitative Study. *European Psychologist*, 15(2), 142-151.
- Díaz F. (2020). *Estrategias docentes para un aprendizaje significativo. Una interpretación constructivista*. McGraw-Hill.
- Feixas, M. y Martínez-Usarralde, M. J. (2022a). Transfer of educational innovation projects: A study of their capacity to transform teaching and learning. *Educar*, 58(1), 69-84. <https://doi.org/10.5565/rev/educar.1407>

- Feixas, M. y Martínez-Usarralde, M. J. (2022b). Transfer of educational innovation projects: A study of their capacity to transform teaching and learning. *Educar*, 58(1), 69-84. <https://doi.org/10.5565/rev/educar.1407>
- Gleason Rodríguez, M. A. y Rubio, J. E. (2020). Implementación del aprendizaje experiencial en la universidad, sus beneficios en el alumnado y el rol docente. *Revista Educación*, 264-282. <https://doi.org/10.15517/revedu.v44i2.40197>
- León-Guerrero, M. J. y López-López, M. C. (2014). *Criterios para la Evaluación de los Proyectos de Innovación Docente Universitarios*. ESE. Estudios sobre Educación, 26, 79-101.
- Khramtsova, I. y Gordeeva, T. O. (2007). *Happiness, life satisfaction and depression in college students: Relations with Student behaviors and attitudes*. <https://www.researchgate.net/publication/284755895>
- Lave, J. y W. E. (1991). *Situated Learning: Legitimate Peripheral Participation*. Cambridge University Press.
- Ley Orgánica 2/2023, de 22 de marzo del Sistema Universitario. *Boletín Oficial del Estado*, núm. 70, del 23 de marzo de 2023, 43267-43339. <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2023-7500>
- Ley Orgánica 2/2006 de 3 de mayo, de Educación. *Boletín Oficial del Estado*, num 106 de 4 de mayo de 2006, 17158-17207. <https://www.boe.es/eli/es/lo/2006/05/03/2>
- Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades. *Boletín Oficial del Estado*, num 307, de 24 de diciembre de 2001, 49400-49425. <https://www.boe.es/eli/es/lo/2001/12/21/6>
- Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa. *Boletín Oficial del Estado* núm 295, de 10 de diciembre de 2013, 97858-97921. <https://www.boe.es/eli/es/lo/2013/12/09/8>
- Martín-García N., Martín-García A. y Núñez-Cansado M. (2022). El festival Publicatessen: herramienta para la integración de competencias académicas y profesionales. *Human Review*, 11, 3890. <https://doi.org/10.37467/revhuman.v11.3890>
- Mega C., Ronconi L. y De Beni, R. (2020). What makes a good student? How emotions, self-regulated learning, and motivation contribute to academic achievement. *Journal of Educational Psychology*, 106, 121-131. <https://doi.org/10.1037/a0033546>
- Navarro Soria I., González Gómez C. y Botella Pérez P. (2015). Aprendizaje basado en proyectos: Diferencias percibidas en la adquisición de competencias por el alumnado universitario. *Revista de Psicología y Educación*, 10(1), 55-76. Universidad de Alicante. Departamento de Psicología Evolutiva y Didáctica. [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/57386/1/2015\\_Navarro\\_et\\_al\\_Revista\\_Psicologia\\_y\\_Educacion.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/57386/1/2015_Navarro_et_al_Revista_Psicologia_y_Educacion.pdf)
- Núñez- Cansado, M. y Martín-García, N. (2023). Proyecto de innovación docente como herramienta clave en la lucha contra el fenómeno del impostor. *Ciencias de la comunicación: valoraciones y experiencias académico-profesionales* (pp. 95-108). Dykinson.

- Núñez-Cansado, M., Sastre Muñoz, D. y Sebastián Morillas, A. (2020). El rol de los parámetros psicofisiológicos en el análisis del comportamiento del consumidor. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, (E26), 69-82. <https://www.proquest.com/docview/2385371099?sourcetype=Scholarly%20Journal>
- Pintrich, P. R. y Pajares F. (2009). *Selfefficacy theory*. Routledge.
- Poce Fatou, J. A. (2020). Panorama de la innovación docente en la universidad española. Perspectivas desde la Universidad de Cádiz. *Revista de Estudios Socioeducativos RESED*, 8, 179-191. [https://doi.org/10.25267/rev\\_estud\\_socioeducativos.2020.i8.13](https://doi.org/10.25267/rev_estud_socioeducativos.2020.i8.13)
- Ruiz, C. y Martín C. (2005). Innovación docente en EEES. *Educatio siglo XXI*, 23(1), 171-189. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2040502>
- Sánchez Delgado, P. (2005). La Historia de la Didáctica.qxp. *Revista Complutense de Educación*, 16(1), 195-226. <https://tinyurl.com/5ady5xyz>
- Torres Illescas, J. A., Ávila Jaramillo, Y. V., Torres Illescas, V. A. y Lalangui Sarango, R. G. (2024). La cognición situada: una estrategia efectiva en la asignatura de inglés para integrar los saberes del educando con los contenidos interdisciplinarios. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(3). <https://doi.org/10.56712/latam.v5i3.2016>

## CONTRIBUCIONES DE AUTORES/AS, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

### Contribuciones de los/as autores/as:

**Conceptualización:** Núñez-Cansado, Marian **Software:** Núñez-Cansado, Marian; González-Díaz, Lara **Validación:** Núñez-Cansado, Marian; González-Díaz, Lara; Martín-García, Alberto **Análisis formal:** Núñez-Cansado, Marian; González-Díaz, Lara; Martín-García, Alberto **Curación de datos:** Núñez-Cansado, Marian; González-Díaz, Lara **Redacción-Preparación del borrador original:** Núñez-Cansado, Marian; Martín-García, Alberto **Redacción-Revisión y Edición:** Núñez-Cansado, Marian; González-Díaz, Lara; Martín-García, Alberto **Visualización:** Núñez-Cansado, Marian; González-Díaz, Lara; Martín-García, Alberto **Supervisión:** Núñez-Cansado, Marian; Martín-García, Alberto **Administración de proyectos:** Núñez-Cansado, Marian **Todos los/as autores/as han leído y aceptado la versión publicada del manuscrito:** Núñez-Cansado, Marian; González-Díaz, Lara; Martín-García, Alberto.

**Financiación:** Esta investigación no recibió financiación externa.

**AUTORES:****Marian Núñez-Cansado**

Universidad de Valladolid, España.

Profesora titular de la Universidad de Valladolid. Líneas de investigación asociadas con la psicología de la comunicación y la ética y deontología de la comunicación. Experta en mediciones de Neuromarketing y coordinadora del Proyecto de innovación docente “La organización de festivales publicitarios de éxito como herramienta para la integración de competencias académicas y profesionales” (167), en la Universidad de Valladolid.

[mariaangeles.nunez@uva.es](mailto:mariaangeles.nunez@uva.es)

**Orcid ID:** 0000-0002-6658-3996

**Lara González Díaz**

Universidad de Valladolid

Lara González Díaz. Profesora asociada de la Universidad de Valladolid. Sus líneas de investigación están directamente asociadas al protocolo, la comunicación y la organización de eventos.

[lara.gonzalez.diaz@uva.es](mailto:lara.gonzalez.diaz@uva.es)

**Alberto Martín-García**

Universidad de Valladolid

Doctor en Comunicación y profesor ayudante doctor en la Universidad de Valladolid. Su línea de investigación principal aborda la relación entre las marcas, los profesionales de la comunicación y los consumidores en las redes sociales, ámbito en el que además ha desarrollado su vida profesional en diferentes agencias de publicidad. En su faceta literaria, ha escrito cinco novelas, siendo finalista del Premio Ateneo de Novela 2012 y ganador del Premio Talento Caligrama 2019.

[alberto.martin.garcia@uva.es](mailto:alberto.martin.garcia@uva.es)

**Orcid ID:** 0000-0003-2254-8811