



Universidad Internacional de La Rioja
Facultad de Educación

Máster Universitario en Liderazgo y Dirección de Centros
Educativos

Proyecto de dirección del IES Luis García Berlanga

Trabajo fin de estudio presentado por:	María Isabel Saquete Mellado
Tipo de trabajo:	Proyecto de Dirección
Director/a:	Nelcy Valencia Olivero
Fecha:	Diciembre 2022

Resumen

En este Trabajo de Fin de Máster se proponen tres líneas de mejora para el proyecto de dirección del IES Luis García Berlanga: dar publicidad y promocionar la Formación Profesional (FP), promover la participación de las empresas del entorno con la institución y mejorar la comunicación interna entre el profesorado de estas enseñanzas. Un conjunto de vías que, llevadas a cabo, pueden poner de relieve la Formación Profesional, para que no esté tan estigmatizada como lo ha estado siempre y sea más visible para la sociedad. Se trata, por tanto, de realizar un plan de comunicación externo que posicione la FP como una alternativa atractiva para el alumnado que finaliza su educación obligatoria o de bachillerato, y lo posicione como una forma innovadora de aprender un oficio. Además, fomentando la participación de las empresas se podrá mejorar las relaciones interinstitucionales de las que se nutren los Ciclos Formativos y que podrán ser positivas para trabajos intermodulares, jornadas interciclos, ferias, congresos y prácticas finales de estudios. A su vez, se van a llevar a cabo propuestas de mejora de la comunicación interna entre el profesorado, trazando un plan de comunicación interno que beneficiará a las relaciones entre los miembros del departamento.

Palabras clave: Formación, comunicación, promoción, innovación y visibilidad.

Abstract

In this Master's thesis, three lines of improvement are proposed for the management project of IES Luis García Berlanga. Do advertising of Professional Training, promote participation of Companies around the highschool with the institution and improve communications between teachers of these subjects. A set of ways, carried out, can make stand out Professional Training, so that is not stigmatized as it has been always and be more visible to society in the future. It is, therefore, about carrying out an external communication plan that positions Professional Training as an interesting alternative for students who finish their mandatory education or high school and positions it as an innovative way of learning a job. In addition, encouraging the participation of companies can improve institutional relationships that raise TrainingCycles and that can be positive for intermodular work, intercycle tasks, conferences, congresses and final practices. At the same time, proposals will be made to improve internal communication between the teachers, drawing up an internal communication plan that for have better relations between members of the department.

Keywords: Training, communication, promotion, innovation and visibility.

Agradecimientos

Dar las gracias es un síntoma de aprecio a quien hace algo por nosotros, por ello gracias...

A mis padres por su apoyo incondicional en mi trayectoria académica y profesional y por transmitirme el amor a la docencia.

A mis amigas, Diana Roca, Marina Giménez y Noelia Orts, por ser mis pilares sustentándome en los momentos de estrés y flaqueza.

A mi jefe y amigo, Manuel Moreno, por confiar en mí profesionalmente y motivarme siempre a mejorar.

A mi directora de TFM, Nelcy Valencia, por su dedicación, paciencia y por ser un referente de profesionalidad a la hora de aprender a redactar un trabajo de esta envergadura.

A mi tutora, Amanda Silva, por ser un soplo de positividad y entusiasmo en cada llamada.

A la institución educativa UNIR, por hacer de la formación en línea una realidad y poner a disposición del alumnado a un claustro con distinguida experiencia.

Índice de contenidos

1. Justificación	10
2. Marco teórico	14
2.1. Plan de comunicación externa de instituciones educativas.....	14
2.2. Método de relaciones interinstitucionales.....	18
2.3. Procedimiento de comunicación interna	20
2.4. Consecución de las mejoras planteadas.....	22
3. Objetivos.....	23
3.1. Objetivo general.....	23
3.2. Objetivos específicos	23
4. Diagnóstico del centro.....	24
4.1. Gestión y organización.....	24
4.1.1. Legislación	24
4.1.2. Localización e infraestructura	25
4.1.3. Organización general.....	26
4.2. Aspectos pedagógicos e identitarios	28
4.2.1. Metodologías y procesos de enseñanza-aprendizaje	28
4.2.2. Iniciativas y proyectos de innovación	28
4.2.3. Inclusión y atención a la diversidad	29
4.2.4. Convivencia	30
4.2.5. Aspectos identitarios.....	31
4.3. Áreas de mejora.....	32
4.3.1. Corregir las debilidades	33
4.3.2. Afrontar las amenazas	34
4.3.3. Mantener las fortalezas.....	34

4.3.4.	Explotar las oportunidades.....	34
5.	Organización y recursos	36
5.1.	Estilo de liderazgo	36
5.1.	Atención específica a la organización y los recursos	37
5.1.1.	Área de mejora 1: Plan de comunicación externa	38
5.1.1.1.	Cronograma de los planes de actuación previstos	39
5.1.1.2.	Recursos necesarios	40
5.1.1.2.1.	Humanos.....	40
5.1.1.2.2.	Materiales y económicos.....	40
5.1.2.	Área de mejora 2: Método de relaciones interinstitucionales	41
5.1.2.1.	Cronograma de los planes de actuación previstos	42
5.1.2.2.	Recursos necesarios	43
5.1.2.2.1.	Humanos.....	43
5.1.2.2.2.	Materiales y económicos.....	43
5.1.3.	Área de mejora 3: Procedimiento de comunicación interna	44
5.1.3.1.	Cronograma de los planes de actuación previstos	45
5.1.3.2.	Recursos necesarios	46
5.1.3.2.1.	Humanos.....	46
5.1.3.2.2.	Materiales y económicos.....	46
6.	Evaluación y seguimiento	47
6.1.	Área de mejora 1	47
6.1.1.	Procedimientos de seguimiento.....	47
6.1.2.	Criterios de evaluación e indicadores de logro	48
6.2.	Área de mejora 2	49
6.2.1.	Procedimientos de seguimiento.....	49

6.2.2. Criterios de evaluación e indicadores de logro	49
6.3. Área de mejora 3	50
6.3.1. Procedimientos de seguimiento.....	50
6.3.2. Criterios de evaluación e indicadores de logro	51
7. Conclusiones.....	52
8. Referencias bibliográficas.....	53
8.1. Normativa	53
8.2. Webgrafía.....	54
8.3. Especializada	54
9. Anexos.....	57
Anexo I.....	57

Índice de figuras

Ciclo de Deming aplicado al área de mejora 1.....	37
---	----

Índice de tablas

Análisis DAFO.....	32
Estrategias que marca el análisis DAFO.....	32
Plan de comunicación externa	38
Cronograma comunicación externa	39
Presupuesto página web institucional	41
Método de relaciones interinstitucionales	41
Cronograma relaciones interinstitucionales	42
Procedimiento de comunicación interna	44
Cronograma de relaciones internas	45
Presupuesto creación de intranet	46
Indicadores de logro objetivo específico 1.....	48
Indicadores de logro objetivo específico 2.....	50
Indicadores de logro objetivo específico 3.....	51

1. Justificación

La Formación Profesional en España ha estado desprestigiada durante muchos años, las posibles causas han sido las continuas reformas educativas, que han afectado ampliamente a este nivel educativo. Este hecho ha imposibilitado su consolidación como una alternativa llena de significado para el estudiante, ya que siempre ha sido tratada como una opción que hay que ajustar al resto de enseñanzas, puesto que “en España las reformas educativas han pivotado alrededor de estos dos ejes: cómo diseñar la enseñanza secundaria obligatoria y postobligatoria, y cómo encajar la Formación Profesional en esta enseñanza secundaria” (Merino, 2013, p.4). También, hay que tener en cuenta que, como señalaba Sarason (1990), una reforma educativa suele prometer más de lo que los sistemas educativos son capaces de llevar a cabo y esto muchas veces termina generando que sea necesaria una nueva reforma.

Además, la Formación Profesional (FP) ha sido planteada a los/as alumnos/as y familias como un plan de formación alternativo a otros estudios, para aquellos/as estudiantes que no pudieran cumplir con los objetivos propuestos en otras etapas educativas, como por ejemplo el diseño de la Formación Profesional Básica para aquellos que no fueran capaces de superar 4º de Educación Secundaria Obligatoria, Formación Profesional de Grado Medio para aquellos que no estuvieran preparados para afrontar Bachillerato y Formación Profesional de Grado Superior, para los/as estudiantes que necesitaran una alternativa académica a la Universidad. Asimismo, para los diferentes gobiernos la FP ha estado, como bien detalla Ídgoras (1989), predestinada a aligerar el número de alumnos en el nivel educativo correspondiente.

Asimismo, la Comisión de las Comunidades Europeas llegó a dar a conocer la Formación Profesional, como una alternativa para “ofrecer a los jóvenes excluidos del sistema educativo, o a punto de verse excluidos, las mejores vías de formación y el mejor marco para que adquieran confianza en sí mismos” (Comisión de la Comunidades Europeas, 1995, p.40). De esta forma se demuestra el tratamiento que ha tenido el alumnado de la FP, al ser considerado como un estudiante que no es suficientemente válido para estar en otros niveles educativos, en vez de como una alternativa para especializarse en un oficio concreto y en unos saberes técnicos.

Sin embargo, los nuevos planes de promoción y publicidad de la FP que los diferentes gobiernos han promovido en los últimos años y la incorporación de la Formación Profesional Básica (FPB) y han causado que el número de alumnado crezca significativamente en estas enseñanzas. Si analizamos la situación actual de la FP en la Comunidad Valenciana, donde se sitúa el IES Luis García Berlanga, los datos apuntan a que la tasa de matriculación ha aumentado en 5.000 estudiantes en FP según los datos del Ministerio de Educación y Formación Profesional. No cabe duda, de que en los últimos cursos escolares “se está ampliando la información disponible para las Administraciones Públicas, instituciones, empresas, investigadores y la sociedad en general, con el objetivo de facilitar un conocimiento más profundo de la realidad de la Formación Profesional” (Álvarez, 2019, p.23). Esa ampliación de información afecta de manera directa a las entidades que ofrecen estudios de FP y, por tanto, cabe trazar estrategias de comunicación, ya sea interna, externa o incluso con las empresas que se dedican al sector de la rama o familia de la especialidad de FP de la que se trate, que este caso es la familia de imagen y sonido.

No olvidemos que la FP tiene un gran valor en el mercado laboral, pues como señalan Farriols, Francí e Inglés (1994) una educación que no otorgue las competencias necesarias de formación técnica y profesional causará problemas a la hora de lanzar al alumno/a al mercado laboral, provocando un sentimiento de frustración como profesional. Por lo que, esa formación técnica presente en la FP será muy relevante para las entidades del sector que estén situadas en los alrededores del centro educativo IES Luis García Berlanga y forme parte del contexto profesional del centro educativo, puesto que serán los/as estudiantes los/as futuros profesionales de dichas empresas.

Esta sinergia se debe de poder profundizar, ya no solo para crear una red de prácticas laborales y convenios que faciliten la inserción del alumnado en estas compañías, sino también fomentar una cooperación entre estas empresas y el ámbito educativo desarrollando líneas de actuación, como bien puedan ser: prestamos de materiales específicos no presentes en los centros (ya sea por la imposibilidad de almacenarlo en el centro educativo, debido a su tamaño, o bien, porque sea un material que por su alto coste no se pueda adquirir), colaboración a la hora de realizar extraescolares, visitas a empresas del entorno con los/as estudiantes, charlas de especialistas en la rama profesional y

establecer convenios de estancias formativas para el desarrollo profesional del conjunto de docentes de FP.

Este hecho es de gran importancia para la sociedad del contexto del centro educativo, ya que la FP tiene un valor primordial para la educación, economía y para la sociedad que queda manifiesto en su dignificación, y es por ello por lo que “cambiar su imagen social beneficia a todo el contexto educativo, pero también al laboral, pues es en éste donde en última instancia irá a parar la mano de obra formada en el marco institucional” (De la Fuente Anuncibay, 2007, pag.31). Por lo que este cambio en la percepción de la FP sería de un gran beneficio, lo cual se puede trabajar desde la institución educativa, con la reciprocidad mencionada en las relaciones interinstitucionales.

Por otro lado, la comunicación interna y externa debe de tratarse como factores clave en este nuevo posicionamiento de FP, ya que promocionar y dar publicidad de la FP es un factor clave en la sociedad actual. El estudiante, por regla general, se siente desorientado a la hora de elegir entre todos los caminos de los que dispone para educarse, ni tampoco es conocedor de todas las profesiones que existen en un determinado sector, por eso es crucial que tanto alumnado, como familias, puedan disponer de toda la información de la familia profesional que se alberga en el IES Luis García Berlanga: imagen y sonido.

Esta familia profesional contempla Formación Profesional de Grado Medio (FPGM), con el ciclo de Vídeo Disk Jockey y Sonido. A su vez, dispone de 5 modalidades de Formación Profesional de Grado Superior (FPGS), siendo estas las de “Animaciones 3D, juegos y entornos interactivos; Iluminación, Captación y Tratamiento de Imagen; Producción de Audiovisuales y Espectáculos; Realización de Proyectos Audiovisuales y Espectáculos; Sonido para Audiovisuales y Espectáculos” (*Generalitat Valenciana*. 2022. Formación Profesional. <https://ceice.gva.es/>). Por todo ello, son muchas las salidas profesionales que se pueden albergar y los conocimientos técnicos que se dan a conocer en estas enseñanzas. Asimismo, se pretende hacer un plan de comunicación externa, con el fin de que el alumnado sea capaz de tomar una decisión acorde con sus preferencias. Según datos publicados por el Ministerio de Educación el 47,8 de los/as alumnos/as de grado medio del pasado curso, se han matriculado durante este curso en FPGS, lo cual pone de relieve que se debe detallar la mayor información posible sobre los ciclos formativos, para poder insertar

en el mercado laboral a alumnos/as realmente capacitados, formados y competentes, que tengan interés por especializarse en una misma línea formativa que ya estudiaron en FPGM.

Otro de los elementos a tener en cuenta es la mejora de la comunicación interna, para que el equipo de profesorado trabaje bajo la unificación de los criterios académicos que se exige al alumnado, para que se pueda consolidar un equipo de trabajo que sea capaz de llevar a cabo proyectos innovadores y para hacer frente de forma conjunta a aquellas situaciones que lo demanden. No olvidemos que comunicación interna “es la comunicación que favorece y promueve las relaciones entre las personas de la organización generando la confianza y el compromiso con unas metas y valores comunes” (Laporte, 2001, p.14). En este sentido será fundamental el uso de las herramientas Tecnológicas de la Información y la Comunicación (TIC), para potenciar un flujo de trabajo que sea más cómodo para el claustro, más accesible y poder fomentar así que los docentes “sean conscientes de la pertinencia e importancia de sus actividades y de cómo contribuyen al logro de los objetivos de la calidad” (Icontec, 2009, p.7).

2. Marco teórico

Si analizamos el texto legislativo educativo, la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre (LOMCE), para la mejora de la calidad educativa (BOE 10 12 13), modificando de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (LOE), regulariza la FP otorgándole la finalidad de “preparar a los alumnos para la actividad en un campo profesional y facilitar su adaptación a las modificaciones laborales que puedan producirse a lo largo de su vida, así como contribuir a su desarrollo personal y al ejercicio de una ciudadanía democrática” (Capítulo 5, artículo 39, apartado 2).

Por lo que, través de algunos autores importantes del mundo de la educación y la comunicación vamos a abordar tres líneas de mejora para la mencionada FP desde un punto de vista pragmático, aunque la literatura referida a la Formación Profesional es escasa, tal vez porque nunca ha tenido el mismo interés de estudio que puede tener ahora con la promoción del gobierno nacional sobre la misma. Así pues, se trata de que estos tres objetivos para mejorar converjan en un perfeccionamiento para la Formación Profesional en el centro IES Luis García Berlanga, el cual tiene una gran relevancia en el territorio de Alicante, por ser el centro de FP de la familia de imagen y sonido con más antigüedad y con mayor oferta de ciclos formativos de la provincia.

2.1. Plan de comunicación externa de instituciones educativas

Para poder llevar a cabo un plan de comunicación externa habrá que centrarse en la realización de un procedimiento estratégico de comunicación en el centro de estudios, para que así se le pueda dar una mayor visibilidad a la oferta de FP que ofrece la entidad. Así pues, conseguir este fin estará supeditado a diseñar estrategias para dar publicidad y promocionar la FP, a través de una serie de vías planteadas a lo largo de este trabajo. Como refiere el autor Gary L. Kreps (1995), la comunicación externa otorga a los miembros de la organización la capacidad de coordinar sus acciones con las de un entorno que tiene relevancia, asociando ese “entorno relevante” a las entidades y personas físicas que asumen un contacto directo con la entidad educativa, por lo que serán el objeto principal de esta línea de trabajo.

Este plan de comunicación está argumentado bajo el incremento de plazas de FP que se ha realizado desde el Ministerio de Educación, teniendo en cuenta más concretamente a la

familia de imagen y sonido que es la que atañe a este Trabajo de Fin de Máster (TFM) y específicamente en la Comunidad Valenciana, que es la zona en la que se encuentra el IES Luis García Berlanga. Durante el curso 2021-2022, la Consejería de Educación Valenciana abrió un total de 5 ciclos nuevos de imagen y sonido, repartidos por el territorio autonómico, de los cuales 3 se inauguraron en Alicante, que es la provincia en la que se sitúa la institución educativa que nos concierne. Además, uno de esos tres ciclos se abrió en el centro IES Luis García Berlanga, lo cual es muy relevante a la hora de diseñar este proyecto. Por otro lado, en el curso 2022-2023 se han abierto 2 ciclos nuevos en la provincia de Alicante, aunque no han sido en el IES Luis García Berlanga, aunque esto le afecta de forma directa, porque puede suponer que algunos/as estudiantes decidan matricularse en esos centros educativos.

Todos estos movimientos han generado que el centro IES Luis García Berlanga haya pasado en dos años de ser el único centro en la provincia a tener 2 centros más de la familia de imagen y sonido a escasos 30 km, lo cual aumenta la competencia directamente. Aunque, por otro lado, la oferta formativa del instituto que aquí se narra se ha incrementado en un ciclo superior más, lo cual convierte al centro educativo en la institución con más oferta de FP de imagen y sonido de la provincia de Alicante y uno de los centros que ofrece más ciclos de la familia profesional en la Comunidad Valenciana.

Por todas estas casuísticas lo primero a tener en cuenta será la necesidad de albergar el problema de la comunicación externa, siendo esta insuficiente y necesitando una línea de mejora, para así mantener al alumnado y a las familias nutridos de información sobre el nivel educativo que nos concierne. Por ello, cabría elaborar un plan de comunicación estratégica, el cual es imprescindible hoy en día en cualquier entidad, además de que tener estos procedimientos de comunicación responsable forjan en la entidad una gestión de transcendencia, tal y como afirman Medina y Severino (2014). Asimismo, habrá que tener en cuenta que el plan de comunicación externa también irá referido a las nuevas tecnologías y como menciona Aliste (2006) es importante destacar la necesidad del uso de las nuevas tecnologías de la comunicación “para llegar a una audiencia interesada”.

Sin embargo, las comunicaciones están presentes en cualquier entidad de hoy día, pero encuentran debilidades y fortalezas, ya que “mientras los medios de comunicación nos hablan de problemas que necesitan de una gran capacidad estratégica y de diálogo, los

expertos nos dicen que 5 de cada 7 estrategias fracasan” (Alberto, 2012, p.13), por ello habrá que adaptar ese plan al contexto en el que situamos para que sea realmente efectiva.

No obstante, no cabe albergar una actitud negativa ante esta problemática de fracaso pues, aunque haya algunos problemas, se debe ser consciente de ellos y ver las dificultades como algo que es normal que surja, es decir, normalizar las crisis de comunicación, “pero es evidente que dichos problemas no han sido impedimento para que la categoría “comunicación estratégica” sea hoy un campo emergente para expertos y profesionales. Todo indica que sus virtudes pesan más en los actuales contextos” (Alberto, 2012, p.15).

Según algunos entendidos en la materia el contacto con las familias va a repercutir positivamente a la hora de crear canales de comunicación, esto es destacado por Alguacil y Pañellas (2009), por lo que cabe mencionar que incluso en los cuestionarios de calidad de PISA se menciona la relación con las familias como un índice de excelencia.

Uno de los factores que pueden ayudar a esta comunicación externa es realizar acciones que abran el centro educativo al contexto en el que se sitúa. Dabas (1998) fue uno de los primeros autores en estudiar lo interesante que llegaba a ser que la institución escolar y la familia encontraran posibilidades para conectar y establecer comunicación entre ellas. Un vínculo que, sin duda, generará una posibilidad de análisis de las debilidades de la institución.

Una de las formas de poder llevar a cabo este cometido es el caso de las jornadas de puertas abiertas una vez durante el curso. Para Chrispeels (1996) la relación entre las familias y la entidad educativa se fundamenta en la colaboración con el centro educativo, sintiéndose parte de este y participando en las actividades propuestas por el instituto, favoreciendo así a los/as estudiantes de forma conjunta entre familias y docentes. Por lo que estos acercamientos que se producen con estas acciones serán muy favorables en la creación de un vínculo necesario para la entidad escolar.

Durante dichas jornadas se podrá dar a conocer a los/as futuros/as alumnos/as y sus familiares las instalaciones del centro, incluso realizar pequeñas demostraciones en cada espacio de trabajo técnico (ej: sesión de fotos de retrato en el plató de foto, sesión de Dj en el aula escenario, etc) dejando ver así algunas de las competencias que se alcanzan con los ciclos de imagen y sonido. A su vez, es un encuentro positivo para poder conocer de primera mano al profesorado y poder realizar las preguntas que consideren oportunas, para así

tomar una decisión final en la elección del ciclo. Esto ayudará a orientar al estudiante y a posicionar la institución educativa en el contexto sociocultural en el que se encuentra. Además, esta labor puede servir de excusa para conocer las extraescolares que se llevan a cabo durante el curso académico, lo cual también supone un gran atractivo para el alumnado de FP, por ser estas especialmente formativas.

No obstante, también es bueno para el claustro conocer de esta manera las inquietudes de alumnos/as y familiares con tal de satisfacer las necesidades que supongan una mejora para la comunidad educativa. Con todo ello, se pretende fomentar el sentimiento de pertenencia a la institución y que el alumnado que decida matricularse, sean estudiantes que realmente tengan clara que esta es la opción que desean, lo cual influirá también positivamente en los datos del rendimiento académico, pues es un tipo de alumnado interesado y, por tanto, con mayor motivación.

Este sentimiento de pertenencia que se menciona también debe ser desarrollado por las familias del alumnado, puesto que es un grupo importante de socialización para la comunidad educativa. Tanto para los/as hijos/as como para los tutores y padres, el IES es el aquel lugar con el que se identifican y en el que se establece un sentimiento de pertenencia, en estrecha convivencia y armonía social, tal y como indica la revista ROCA (2019).

Otra acción que se debería de llevar a cabo durante el curso, para mejorar la comunicación externa, es una actividad extraescolar que pueda visibilizar la labor de los diferentes perfiles de profesionales de la familia de imagen y sonido para un mismo evento, y que esta sea a su vez una forma de mostrarse ante las familias de los/as estudiantes. En este sentido se elaboraría una jornada de conciertos en la cual intervendrán todos los/as alumnos/as de segundo curso de los diferentes ciclos formativos, demostrando sus habilidades, competencias y conocimientos técnicos. A esta jornada estarían invitadas las familias de los/as estudiantes, para que puedan observar los progresos de sus hijos/as o tutelados/as y entender mejor el trabajo profesional que se desarrolla en la vida laboral del sector, ya que sería una puesta en escena de los trabajos del sector. Este tipo de acciones van a poner en valor la comunicación con las familias, ya que se les hará sentir parte de la comunidad educativa y se podrá recibir un feedback después de haber cursado el ciclo (ya que los/as alumnos/as que participan son los de 2º de FP y estarían a unos meses de acabar el curso académico).

Otra de las líneas de trabajo que se deben desarrollar, es la creación de una website en el que el centro pueda comunicar sus noticias. Un site para mostrarse al público no es suficiente, ya que también es importante que se dé a conocer la existencia de dicho recurso en línea, por lo que se deberá promover a través de las redes sociales de la entidad educativa y mantener la dirección web visible en los tabloneros de anuncios y en la puerta del instituto, estando así lo más presente posible.

En esta web es importante que se ponga de relevancia el calendario escolar, las actividades que el centro promueve con la comunidad educativa, las fechas relevantes (como la jornada de puertas abiertas), las actividades extraescolares (que le servirán al centro para posicionarse, de cara a ser elegido por los/as futuros/as estudiantes del contexto social en el que se sitúa). Asimismo, en dicha web debería aparecer los nombres y los emails de contacto de todos los miembros del claustro presentado como una pestaña corporativa, también, un buzón de sugerencias y un horario de atención al público de secretaría.

2.2. Método de relaciones interinstitucionales

Respecto a las vías de comunicación con las empresas y compañías del sector será importante cuidar las relaciones, ya que se deben establecer convenios de colaboración de prácticas de empresa, además de hacerles sentir partícipes en la comunidad educativa, para que puedan ver cómo se forma a los futuros profesionales de la imagen y sonido, poder obtener un feedback de las necesidades que ellos tienen en las empresas, y adaptar las prácticas de los futuros técnicos a esas demandas. No obstante, atendiendo a la comunicación con dichas entidades, según Cuenca y Verazzi (2018), la bidireccionalidad de la comunicación únicamente se podrá conseguir en el caso de que se respeten todas las opiniones, ya que de esta manera podremos obtener el respeto de la otra parte y poner en práctica la asertividad de los líderes de la institución, para recoger la información obtenida y transformarla en una oportunidad de mejora.

Asimismo, será importante mantener relaciones de comunicación con estas entidades, para poder obtener su colaboración en el préstamo de ciertos materiales que por su valor o envergadura no pueden almacenarse en el centro educativo. Las relaciones con los/as empresarios/as de la zona tendrán que ser especialmente cuidadas por los/as tutores/as de los segundos cursos de FP, que serán los que estén en continua comunicación con ellos/as,

por tener que asignar a los/as estudiantes una empresa para realizar el módulo de formación en el centro de trabajo.

Para llevar a cabo esta labor, se va a hacer partícipes a las empresas en la extraescolar que consistirá en configurar un evento audiovisual que será un concierto musical. En dicha actividad, fotógrafos, operadores de cámara, personal de producción, técnicos de sonido, Disk Jockeys harán de acompañantes y ojeadores de un conjunto de estudiantes que estarán llevando a cabo las distintas profesiones de imagen y sonido, para las cuales se han preparado durante dos cursos académicos y poseen las habilidades pertinentes. Para Blanco (2009) las competencias que todos los/as estudiantes deben tener, además de los conocimientos propios de su especialidad, son: “trabajo en equipo, planificación, comunicación, bilingüismo, búsqueda y procesamiento de información”. Todo ello podrá ser demostrable por los/as estudiantes en dicho evento y posicionar al centro en el empeño que pone en formar a buenos técnicos de cara a que consigan trabajo en las empresas colaboradoras.

Esta hazaña concluiría con una labor llevada a cabo por parte de las empresas que, observando la práctica del concierto, pudieran dar un feedback de las fortalezas y las debilidades que han sido observables. Esta información será valiosa para el profesorado encargado de confeccionar las tareas prácticas de estos/as alumnos/as, para conocer qué se debe reforzar en los diferentes ciclos formativos. Igualmente, el centro podrá beneficiarse de su colaboración para el concierto, con la aportación de materiales técnicos para el desarrollo de las tareas de los/as estudiantes, lo que conllevará la redacción de un contrato de cesión temporal de materiales.

Otra labor que es necesaria para cuidar las relaciones con las empresas del sector que se sitúan en la zona es realizar reuniones periódicas, por parte de los/as tutores/as de segundo curso. De esta manera se mantendrá un contacto que servirá para favorecer las relaciones interinstitucionales. En esas reuniones se podrá pactar el número de alumnos/as que irá a hacer las prácticas y establecer convenios de colaboración. Una segunda reunión para poder solventar cualquier inquietud por parte del empresario/a y para observar al alumno/a en el entorno laboral. Por último, una reunión al final de las prácticas formativas, donde las compañías den una visión al departamento de imagen y sonido de qué conocimientos notan que deben de asimilar mejor los/as estudiantes, qué conceptos son aquellos que se

necesitan reforzar y qué destrezas van adquiriendo los nuevos profesionales actualmente, ya que se trata de un sector en continua evolución formativa.

Esta estrategia también servirá para trasladar una buena imagen del centro educativo, no solo la parte visible del centro escolar, como pueden ser: pabellones, gimnasio, biblioteca, aulas técnicas, talleres, aula multiusos, espacios de recreo, sino que es una institución que es capaz de asumir la cultura del centro, un ideario, un estilo de educación y todo ello se transforma en una comunicación que se puede proyectar hacia el exterior del instituto. Esta proyección del ideario en una institución social, según Marina (2014) debe recopilar las soluciones para solventar los conflictos que pueden interferir en la felicidad personal y de convivencia de la comunidad educativa, lo cual es clave en una entidad educativa que apuesta por la armonía.

2.3.Procedimiento de comunicación interna

Cabría tratar con la misma delicadeza el plan de comunicación interno, ya que este marcará la diferencia en la cohesión de todo el equipo educativo inscrito al departamento de imagen y sonido. Un equipo debe estar bien liderado, para trabajar de forma conjunta en busca de los mismos objetivos y en cooperación para abordar las diferentes situaciones que se van a encontrar durante el curso académico. Esta será una manera de hacer que todo el departamento se sienta partícipe de las acciones y decisiones, en las que podrá dar su opinión, colaborar o, incluso, coordinar, creando un sentimiento de que se cuenta con todos los miembros del equipo.

La comunicación interna debe tener un tratamiento muy significativo, puesto que si los miembros del departamento “experimentan una vivencia sincera y coherente del proyecto que han suscrito, las consecuencias favorables son muy claras en la calidad del resultado” (Apuntes de Entidad del centro educativo UNIR, tema 6, p.6). Además, si atendemos a las enseñanzas de Badia y Martínez (2015) determinan que es imposible que exista un liderazgo sin un proyecto que implique expresar con claridad lo que se procura lograr.

Además, para que una comunicación a nivel interno sea realmente efectiva habrá que tener varias características en cuenta, y es que debe ser flexible ante los cambios que se puedan dar; veraz y transparente ante la información que ofrece, pero siempre manteniendo una imagen positiva de la institución; objetiva para conseguir credibilidad; atractiva a la hora de

transmitirla; adecuada en cuanto al lenguaje y a la extensión del texto; pertinente, ya que se da a conocer cuando se necesita o cuando es el momento oportuno; coherente con el ideario del centro; no conflictiva; rápida y en la vía o canal adecuados, pues esperar o hacerlo por un canal no reglado hará que se generen rumores negativos; recíproca porque siempre se debe escuchar a la persona que recibe la información, teniendo así un feedback; continua, ya que mantener informada a la comunidad educativa debe ser una tarea frecuente, pero que de la que no se abuse porque podría generar desinterés, como se aclara en los apuntes de Comunicación interna e imagen institucional de la entidad educativa UNIR.

Una buena iniciativa para este cometido es la de crear una intranet departamental, puesto que conducir los comunicados de esta manera resultará sencillo y favorecerá el alcance a la misma. En ella debería aparecer diferentes documentos, entre ellos las programaciones de los distintos módulos formativos, la normativa de los talleres propios de imagen y sonido y de las aulas técnicas derivadas al uso de los/as estudiantes, junto con un inventario de estas. A su vez, esta intranet debería contener noticias de interés del departamento en un apartado de novedades y, del mismo modo, las fechas importantes de reuniones y/o extraescolares. También, los nombres, cargos y correos electrónicos de todos los miembros que imparten clase a los/as alumnos/as de FP. Por último, un formulario con peticiones y/o sugerencias para que el profesorado pudiera hacer llegar al jefe o jefa de departamento sus necesidades o inquietudes. De nuevo, se pretende crear con ello un sentido de pertenencia.

Este plan de comunicación interna va a servir para mejorar el ambiente laboral, para poder ejercer un liderazgo efectivo, motivar a todos los integrantes del departamento haciéndolos partícipes de un proyecto común. Sin embargo, la “utilización de nuevas herramientas de comunicación, tanto sincrónica como asincrónica, nos llevan a nuevas estructuras comunicativas e implicará al mismo tiempo la necesidad de adquirir nuevos aprendizajes y habilidades para desenvolvernos en ellas” (Cabero, 2006, p.39) alude a que, por lo que la formación del profesorado en este sentido será clave para poder proceder con esta destreza.

Además, para elaborar el plan de comunicación interna cabrá tener referentes como lo van a ser otro Instituto de Educación Secundaria Obligatoria situado en la Comunidad Valenciana, concretamente en Valencia, que también pertenecen a la familia de FP de imagen y sonido. Se trata del centro educativo IES La Marxadella. A su vez, se tendrá en cuenta el manual de

comunicación El plan de comunicación paso a paso de la autora experta en publicidad Eva Santana y que fue publicado en el 2021.

2.4. Consecución de las mejoras planteadas

Con estas tres líneas de acción estaríamos respondiendo a los diferentes tipos de comunicación que se deben poner en alza en un centro educativo. Por un lado, la **comunicación vertical**, que es aquella que va desde los cargos directivos más altos, pasando por los diferentes empleados, hasta llegar al último eslabón de la cadena, por ejemplo, la que transmiten los jefes de departamento al profesorado de este. Por otro lado, la **comunicación horizontal**, la cual surge desde los que son considerados como iguales en el rol que cumplen dentro de la entidad, por ejemplo, la comunicación que se da entre el personal de administración. Por último, se encuentra la **comunicación transversal** que puede surgir en los distintos escalafones de personal, rompiendo así cualquier jerarquía, por ejemplo, si el personal de limpieza comunica al claustro y la dirección una información.

El beneficio de este proyecto de dirección es conseguir una comunicación eficaz, y esta se dará siempre y cuando, como señalan Ruíz y Martínez (2015), el mensaje provoque en la persona que escucha tenga correspondencia con la intención del orador, pero también en crear un sentimiento de equipo por parte de los trabajadores de la entidad y un sentimiento de pertenencia para toda la comunidad educativa, por lo que los planes trazados de comunicación interna y externa serán fundamentales para este cometido. A su vez, también se van a crear itinerarios de promoción de la FP de imagen y sonido, que podrán posicionar estos estudios dentro de la provincia como una formación de referencia, asimismo a esbozar rutas de relaciones interinstitucionales que favorezcan ese posicionamiento.

Todo ello, nos lleva a darnos cuenta de la importancia que tiene la comunicación dentro de la institución educativa, según de Díaz, M. J. S. y Berrocoso, J. V. (2014) se hace sustancial que las instituciones educativas busquen distar de otros centros a través de un posicionamiento diferenciador con la creación de una imagen de marca, que a su vez sea memorable para las familias, por lo que ayudará a posicionarse a la institución educativa dentro del contexto provincial. Además, de poner en valor la necesidad de trazar unos **objetivos generales** y unos **objetivos específicos**, con los que todas las líneas de acción propuestas puedan ser llevadas a cabo.

3. Objetivos

3.1. Objetivo general

Elaborar un proyecto integral de dirección de un centro educativo, centrado en mejorar la comunicación en el departamento de Formación Profesional.

3.2. Objetivos específicos

- Mejorar la visibilidad del centro educativo como referente de la FP en la familia de Imagen y Sonido en la provincia de Alicante a través de un plan estratégico de comunicación externa.
- Promover la participación de las empresas de Imagen y Sonido en el desarrollo de la práctica profesional para el empleo del alumnado mediante un método de relaciones interinstitucionales.
- Desarrollar la mejora de comunicación interna y los buenos hábitos de trabajo entre compañeros/as utilizando un procedimiento de comunicación interna.

4. Diagnóstico del centro

El centro con un claustro de 76 profesores, de los cuales 24 pertenecen al departamento de Formación Profesional de la familia de imagen y sonido, presenta las características que se detallan a continuación.

4.1. Gestión y organización

4.1.1. Legislación

Respecto a la legislación, cabe destacar que en el territorio español se encuentra vigente como ley educativa la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre (LOMCE), para la mejora de la calidad educativa (BOE 10 12 13), lo cual modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (LOE) BOE núm.106, 4 de mayo de 2006.

A su vez, hay que atender a la norma que regula la Formación Profesional, se trata del Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la Formación Profesional del sistema educativo (BOE 30 de julio de 2011), esta va a marcar los contenidos sobre los que versarán la actividad extraescolar mencionada en el TFM y las actividades que se expondrán como demostraciones de la FP en la jornada de puertas abiertas que se plantea en el área de mejora 1.

Igualmente para dar respuesta a todo el alumnado, se debe prestar atención al Decreto 104/2018, del 27 de julio del Consell, por el que se desarrollan los principios de equidad e inclusión en el sistema educativo valenciano, junto con Orden 20/2019, de 30 de abril, de la Conselleria de Educación, Investigación, Cultura y Deporte por la cual se regula la organización de la respuesta educativa para la inclusión del alumnado en los centros docentes sostenidos con fondos públicos del sistema educativo valenciano.

Para poder determinar bajo un contexto normativo el cronograma de las diferentes tareas a realizar, para la consecución de los indicadores de logro de las diferentes áreas de mejora, se tendrá en cuenta el Decreto 252/2019, de 29 de noviembre del Consell, de regularización de la organización y el funcionamiento de los centros públicos que imparten enseñanzas de ESO, Bachillerato y FP, asimismo, la Resolución de 14 de junio de 2022, de la Dirección General de Centros y Personal Docente, por la que se fija el calendario escolar del curso académico 2022-2023 (DOCV 13/06/2019).

Por último, será de gran importancia para poder llevar a cabo las acciones de nuestras áreas de mejora, tener en cuenta las instrucciones de principio de curso en las que se marcará el funcionamiento de los diferentes órganos de gobierno del centro y los compromisos que cada miembro de la comunidad educativa debe asumir, en este curso académico 2022-2023 en la Comunidad Valenciana, vinieron descritas en la Resolución de 15 de julio de 2022, del secretario autonómico de Educación y Formación Profesional, para los centros que impartan ciclos de Formación Profesional Básica, de Grado Medio y de Grado Superior.

4.1.2. Localización e infraestructura

El IES Luis García Berlanga está situado en la periferia de la localidad de San Juan de Alicante (Alicante). Cerca del centro educativo se encuentra otro de similares características, el cual se llama IES Lloixa, ambos atienden a la demanda educativa del pueblo de San Juan de Alicante. El 80% del alumnado proviene de la citada población, el otro 20% proviene de Alicante y del resto de la provincia y pertenece a la familia profesional de imagen y sonido.

Los centros de origen del alumnado son los colegios públicos del pueblo de San Juan de Alicante y debido a la citada oferta de los ciclos formativos de la familia profesional de imagen y sonido, también hay alumnado procedente de centros públicos de Alicante y el resto de la provincia, conformando un 20% de la procedencia del alumnado esta última opción.

No obstante, existe un problema con la infraestructura. Este inconveniente es el derivado de la inadecuación de los espacios educativos a las prescripciones contempladas en la normativa, ya que se trata de un centro que ha quedado antiguo. Dada esta complicación, se han ido ampliando las instalaciones y espacios mediante aulas prefabricadas, para adaptarse mejor a la normativa vigente. Sin embargo, este centro está pendiente de una reforma integral de toda la infraestructura, pues tiene programada para el curso 23/24 su demolición y posterior reconstrucción.

Respecto al equipamiento informático el centro dispone de un aula de informática para los/as alumnos/as de ESO, un aula informática para los/as alumnos/as de la asignatura de tecnología en ESO que se comparte con ciclos formativos y cuatro aulas técnicas de FP dotadas con ordenadores, además de un ordenador para el profesor en cada aula. A todo ello hay que sumar que se dispone de un gran salón de usos múltiples equipado con un escenario, focos profesionales, mesas de mezclas para realizar espectáculos, entre otros.

Igualmente, cabe mencionar que el instituto dispone de un plató de fotografía, otro plató de video, un control de realización, un camerino, estudios de radio, postproducciones de sonido y un estudio de grabación y todos estos espacios están dotados de equipos informáticos.

Además, se dispone de otros materiales propios de los ciclos formativos de imagen y sonido, como son: mesas de mezclas analógicas, mesas de mezclas digitales, mesa de radio, control de realización, cableado, torres de elevación, estructuras para conciertos, microfonía, cámaras de cine, cámaras de video, cámaras de fotografía y un largo listado de equipos técnicos para la configuración y realización de actividades audiovisuales y espectáculos que se necesitan en la FP del centro.

4.1.3. Organización general

El centro IES Luis García Berlanga nace siendo un centro únicamente de estudios de Formación Profesional, en el que contaba con las familias de administración e imagen y sonido hace 40 años y su capacidad era de seiscientos alumnos/as. En la actualidad la configuración del centro es de 12 curso de ESO, 4 de Bachillerato, y los ciclos formativos de la familia de imagen y sonido (2 promociones de grado medio y 1 promoción por cada uno de los 4 grados superiores). Por otro lado, este centro se encuentra en una población de influjo lingüístico del valenciano, además, los ciclos tienen un Plan plurilingüe propio, por lo que se empezó hace dos cursos a impartir asignaturas no lingüísticas en valenciano e inglés.

En relación con los resultados académicos, el porcentaje de alumnos/as que obtienen calificaciones de apto al finalizar el curso es del 75%, sin embargo, alrededor del 15% se encuentra en situación de repetir curso, además, existe un 10% de abandono escolar, lo cual supone una gran preocupación para la dirección del centro. Se debe tener en cuenta que los/as estudiantes de bachillerato que decide presentarse a las pruebas de Acceso a la Universidad siempre obtienen buenas calificaciones que le permiten el acceso a la misma, a excepción del curso 2010-2011, en que hubo un suspenso.

Se puede sintetizar esta información en un balance positivo, ya que durante los últimos cursos escolares ha habido una disminución gradual del abandono escolar, teniendo en consideración que el centro antes estaba sitiado alrededor de viviendas que conformaban una de las zonas más problemáticas de la provincia, ya que albergaba personas de etnia gitana en riesgo de exclusión social, lo cual se solucionó en el año 2004 pasando de ser un barrio marginal a una zona residencial a las afueras de la población.

La institución, además, ha comenzado a abrirse al entorno. Se ha institucionalizado la coordinación con todos los colegios de San Juan de Alicante y se han firmado acuerdos de colaboración con el Ayuntamiento, empresas del sector de la imagen y el sonido, incluso con la Universidad de Alicante y la Universidad Miguel Hernández de Elche. Ente todos estos convenios, hay que destacar que se forma parte de la realización del Festival de Cine de San Juan de Alicante a través del alumnado y profesorado de los ciclos formativos. También, se consolida como un centro elegido para el prácticum del máster de profesores de enseñanza secundaria, bachillerato y formación profesional, por el cual se dan cabida todos los cursos entre 4 y 6 profesores de prácticas.

Una cuestión fundamental cuando se analiza la organización es sin duda la situación en la que se encentra el profesorado, ya que es muy importante para la organización la permanencia de la plantilla en la institución. En este sentido, se puede afirmar que el claustro es estable, ya que cerca del 80% del profesorado tiene destino definitivo en el centro. La media de edad es del claustro es de cincuenta años. Los/as profesores y profesoras han confirmado mediante encuestas llevadas a cabo por la dirección, que se sienten competentes para impartir las clases de sus áreas de trabajo, del mismo modo, la mayoría del claustro realiza de con cierta frecuencia cursos de formación sobre sus materias y sobre las competencias educativas más innovadoras.

Por último, cabe hablar de las relaciones de la institución con las entidades pertinentes. La relación de nuestro centro con la administración educativa se realiza a través de los cauces habituales en las plataformas habilitadas para ella, como son *Ítaca* y *SAO* (para alumnos/as de FP en prácticas). Asimismo, con Inspección Educativa hay un vínculo de colaboración y con asiduidad se llevan a cabo entrevistas con la Dirección Territorial de Educación, para poner en su conocimiento las cuestiones que más preocupan a todo el claustro, como ahora puede ser el traslado del centro, y los medios materiales necesarios para realizar la tarea docente en condiciones aceptables. A su vez, existen contactos con el Ayuntamiento de San Juan de Alicante y es preciso señalar que éste sigue auxiliando al centro con las responsabilidades derivadas de la jardinería, la recogida de contenedores, el mantenimiento de farolas y bancos, lo cual facilita el sustento de las instalaciones.

4.2. Aspectos pedagógicos e identitarios

4.2.1. Metodologías y procesos de enseñanza-aprendizaje

4.2.2. Iniciativas y proyectos de innovación

En relación con los proyectos en que está implicado el centro hay que señalar que se está realizando un plan anual de mejora vinculado al programa de convivencia y de acción tutorial. Asimismo, se lleva a cabo un Plan de Mejora Educativa derivado de la realización de las pruebas diagnósticas. También, el IES Berlanga participa desde hace quince años en el Proyecto Comenius, que se basa en la esencia de reforzar la “dimensión europea en el campo de la educación infantil, primaria y secundaria, promoviendo la movilidad y la cooperación entre centros educativos” (*Información sobre la nueva Ley de Formación Profesional(2022)*.Educacionyfp.gob.es.<https://www.educacionyfp.gob.es/destacados/nueva-ley-fp.html>). Además, desde hace cuatro años se lleva a cabo un Erasmus + K 102 para alumnado de FP. De este modo todas las etapas educativas cuentan con programa de intercambio.

En los últimos seis años el Instituto ha participado en dos proyectos de formación del profesorado en centros, y cuatro proyectos de innovación educativa. Asimismo, desde hace trece años se participa en el programa de intercambio con alumnado sueco. Por último, parte del profesorado de FP ha participado recientemente en el proyecto de alcance nacional “Innova FP” y este curso los docentes del departamento están participando en la “Red Novigi”, para mejorar los 4 aspectos básicos de la FP a potenciar por el gobierno nacional: calidad, emprendimiento, acreditación e innovación.

Hay que mencionar, que desde el departamento de imagen y sonido hay actualmente un plan de innovación aprobado y que se está llevando a cabo, el cual ha obtenido una dotación económica y consta de realizar un espectáculo audiovisual en una jornada intermodular llevada a cabo por todos los ciclos, mediante la metodología ABP. Este proyecto tiene una duración de dos años y servirá para poner en valor las acciones de la FP en el centro, la relación con las empresas y mostrar a la comunidad educativa la amplia oferta de los ciclos de imagen y sonido.

4.2.3. Inclusión y atención a la diversidad

Por lo que respecta a la atención a la diversidad, las adaptaciones curriculares ya han entrado a formar parte de la cultura pedagógica del centro. En este centro cada curso se replantean las necesidades de apoyos y refuerzos y su relación con el programa de compensación educativa para conseguir una eficiencia máxima en la atención a la diversidad. Por otro lado, se atiende a la dinamización de la atención a la diversidad del alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo.

Uno de los principales desafíos es organizar adecuadamente la atención a la diversidad de manera que se pueda ofrecer una educación de calidad a diferentes tipos de alumnado. Por lo que se ha creado un proyecto autónomo de atención a la diversidad en el que está implicado todo el profesorado, en este se incide prioritariamente en cuestiones como la motivación del alumnado y la atención a la diversidad, la educación para la convivencia, la educación para la salud y la educación vial.

Por lo tanto, se tratará de impulsar con el profesorado y el departamento de orientación un proyecto de motivación del alumnado y continuar con el plan de acción tutorial vinculado al programa de resolución de conflictos. Además, habrá se proporcionará a los tutores recursos para la atención a la diversidad y actividades complementarias y extraescolares que respondan a una estrategia de centro, para que esto sea una seña de identidad de este.

Hay que tener en cuenta que en FP solo puede haber adaptaciones curriculares no significativas, sin embargo, para dar respuesta educativa adecuada al alumnado con necesidades educativas especiales en FP, se aplicará la Orden 20/2019, de 30 de abril, de la Conselleria de Educación, Investigación, Cultura y Deporte, la cual se encarga de regular la organización, para dar una respuesta educativa haciéndose eco de la inclusión del alumnado en los centros docentes públicos que forman parte del sistema educativo valenciano.

Las medidas a aplicar para adaptar la programación didáctica a dicho alumnado se dividen en dos grupos:

1. Adecuación personalizada de la programación (artículo 14)
2. Refuerzo pedagógico (artículo 15)

La adecuación personalizada consiste en adaptar los diferentes ritmos, estilos y capacidades de aprendizaje mediante una diferenciación entre contenidos básicos y avanzados, así como

en actividades con distintos niveles de dificultad, formas de representación e instrumentos de evaluación.

El refuerzo pedagógico es posible en aquellos módulos desdoblados en los que un profesor/a pueda dar un apoyo al alumno/a con las necesidades educativas especiales.

En cualquier caso, estas medidas no deben suponer una reducción ni eliminación del nivel y la cantidad de resultados de aprendizaje establecidos para este módulo profesional, pero lo que sí se lleva a cabo es adaptaciones no significativas y personalizadas al alumnado que así lo requiera, atendiendo a los diferentes ritmos, estilos y capacidades de aprendizaje mediante una diferenciación entre contenidos básicos y avanzados, así como en actividades con distintos niveles de dificultad, formas de representación e instrumentos de evaluación.

4.2.4. Convivencia

Una de las áreas del Plan de Mejora en la que se trabaja en el centro desde la dirección es el trabajo en relación con la convivencia. En los últimos cursos se está trabajando en la realización eficaz de las guardias, pues el Plan de Mejora de las guardias se vincula al Plan de Mejora Educativa, ya que se trata de mejorar el clima de centro y la calidad pedagógica aportando materiales al profesorado de guardia relacionado con las competencias a potenciar en el centro.

A su vez, se ha reforzado la participación del alumnado en la toma de decisiones a través fundamentalmente del Consejo de delegados, con el que se mantiene periódicamente una reunión mensual. También, un alumno de ESO, otro de Bachillerato y otro de FP están presentes en las reuniones del consejo escolar.

La importancia de construir relaciones positivas entre todos los integrantes de la comunidad educativa está muy presente a la hora de plantear los objetivos y las líneas de actuación. Por lo que se plantea como una prioridad la innovación, en tanto en cuanto al cambio metodológico se refiere, el clima de aprendizaje y la mejora de resultados académicos. En esta línea se inscribe el plan de convivencia y mejora de los aprendizajes. El plan de convivencia del centro está impregnado por la cultura de la mediación y la resolución pacífica de conflictos desde el curso 2005, en el que el profesorado y el alumnado empezó la formación en este aspecto y que ha continuado siempre presente y en vías de mejora.

En última instancia, cabe destacar la presencia de la coordinadora de igualdad y convivencia, que es una profesora del claustro que tiene un total de 2 horas lectivas destinadas a coordinar dicho programa. Esta coordinadora ha insistido en los últimos cursos en que hay que incidir en la igualdad, para ello ha puesto en marcha actividades específicas coordinadas por la Comisión de Igualdad y Convivencia en colaboración con la Comisión de Coordinación Pedagógica.

4.2.5. Aspectos identitarios

La identidad del centro está en perfecta consonancia con el objetivo principal de este trabajo, que es impulsar la nueva FP, para ello se contempla el facilitar las tareas de los tutores, desarrollar los proyectos curriculares de los ciclos, proporcionar facilidades para el trabajo en equipo del profesorado, creando y potenciando la figura de la jefatura de departamento y la jefatura de prácticas de FP, asimismo, creando bolsas de trabajo para nuestro alumnado y una mejor orientación llevada a cabo por el departamento de FOL. Desde la dirección del centro se toman medidas conducentes a la consolidación y dinamización de la FP como una de las señas de identidad de este centro.

El plan de acción tutorial y el programa de resolución de conflictos, además de facilitar al profesorado recursos para la atención a la diversidad, actividades complementarias y extraescolares son una seña de identidad para el IES Luis García Berlanga.

Igualmente, importante es el Proyecto Lingüístico Plurilingüe como seña de identidad de nuestro centro, gracias al cual en todos los ciclos se impartirá un porcentaje de módulos en castellano, otro en valenciano y otro en inglés.

Por último, como seña de identidad este es un centro en continuo desarrollo en nuevas tecnologías. Esto significa no solamente el uso de las nuevas tecnologías en clase, sino llegar a la implantación de una cultura colaborativa de trabajo a través del uso de medios tecnológicos, cultura que debe impregnar la actividad en el aula. Para ello se ha de asegurar la posibilidad del uso de internet a alumnado y profesorado, tarea que ya se ha visto culminada en el IES, incluso ofreciendo red WIFI, pero que necesita el adecuado mantenimiento y control, proporcionado por un equipo de informáticos externo al centro.

4.3. Áreas de mejora

Para encauzar las áreas de mejora referidas a la FP en este centro educativo, cabrá realizar primero un análisis DAFO que nos deje saber las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades, así habrá una base de diagnóstico de dichas mejoras.

Análisis DAFO

	Positivos	Negativos
Origen interno	<u>Fortalezas</u> -Programas de intercambio en FP. -Programas de innovación en FP. -Tecnología de última generación. -Amplia oferta de la FP. -Proyecto Plurilingüe de la FP.	<u>Debilidades</u> -Plan de Convivencia necesita actualizarse. -No se ha dado a conocer la FP en jornadas de ningún tipo. -No existe una red de comunicación interna. -Infraestructura obsoleta.
Origen externo	<u>Oportunidades</u> -Relaciones con empresas del entorno. -Darse a conocer a las familias del entorno.	<u>Amenazas</u> -Se han creado nuevos centros de imagen y sonido en la provincia. -Se prevé que el curso que viene se trasladen las instalaciones a aulas prefabricadas.

A su vez, para podrá ayudar a obtener conclusiones cuando se combinan distintos elementos del análisis DAFO, para así poder determinar líneas de acción.

Estrategias que marca el análisis DAFO

	Fortalezas	Debilidades
Oportunidades	<u>Estrategias defensivas</u> -Plan de comunicación externa. -Propuestas de innovación. -Mejores tecnologías que en otros IES de la misma familia profesional. -Mayor oferta que en otros IES de la misma familia profesional. -Relaciones iniciales con empresas del sector. -Actitud positiva ante las vías de comunicación tecnológicas.	<u>Estrategias de reorientación</u> -Procedimiento de comunicación interna. -Actualizar el Plan de Convivencia. -Jornadas de puertas abiertas. -Comunicación interinstitucional. -Intranet para el claustro.

Amenazas	<u>Estrategias ofensivas</u> - Acciones con las familias del entorno poco relevantes. -Acciones con las empresas del entorno muy básicas. - Método de información y comunicación interna inexistente.	<u>Estrategias de supervivencia</u> -Diseñar una propuesta de aulas prefabricadas en las que los espacios de la FP puedan ser respetados para cumplir con la normativa (plató con determinada altura, aulas con las dimensiones adecuadas, etc).

Por todo ello, se puede determinar que las áreas de mejora para llevar a cabo serían 4: plan de comunicación externa (área de mejora 1), método de relaciones interinstitucionales (área de mejora 2), procedimiento de comunicación interna (área de mejora 3). A pesar de que las nuevas instalaciones es una línea de mejora, esas nuevas infraestructuras solo pueden ser realizada desde el Ayuntamiento de la localidad, ya que en este caso depende en gran parte de su presupuesto. Así pues, esta última área de mejora no se contempla en este proyecto, pues no depende de la entidad educativa y, para llevarla a cabo, solo se podrá ejercer un liderazgo estratégico, mediante reuniones con el Ayuntamiento de San Juan de Alicante que ayuden a promover que esta hazaña sea posible.

Por todo ello, se van a tomar acciones solo para las tres primeras líneas de mejora, que gracias al análisis DAFO se han conseguido detectar, con lo que se necesitará prestar especial atención a las comunicaciones que se llevan a término desde la institución educativa, ya sean externas, internas o con el resto de las instituciones del entorno geográfico.

Teniendo en cuenta la lectura que puede extraerse del DAFO cruzado las estrategias van a ir dirigidas a corregir las debilidades, afrontar las amenazas, mantener las fortalezas y explotar las oportunidades.

4.3.1. Corregir las debilidades

Área de mejora 1: Se han dejado en el olvido las jornadas de puertas abiertas, que servirían para dar a conocer la oferta formativa y captar a un alumnado realmente motivado en el campo profesional de la imagen y el sonido.

Área de mejora 2: Las comunicaciones con las empresas que forman al alumnado en prácticas no tienen por qué ceñirse a reuniones, sino que abrirles las puertas de la comunidad educativa, puede crear un sentimiento de pertenencia, por lo que sería adecuado invitarles a aquellos eventos en los que puedan ser observadores de la formación práctica de los/as estudiantes en el centro.

Área de mejora 3: Se debe constituir nuevas formas de comunicación interna, ya que este ha sido un factor que se ha dejado descuidado, acudiendo únicamente al correo electrónico como única vía de comunicación y no teniendo vías de información continua en línea, como pueda ser una intranet.

4.3.2. Afrontar las amenazas

Área de mejora 1: Realizar acciones promovidas desde la comunidad educativa hacia las familias de los/as estudiantes que sean relevantes y mejoren la visibilidad de la institución.

Área de mejora 2: Relaciones interinstitucionales que necesitan adaptarse a la posibilidad de crear nuevas vías de mejora, a través de la obtención de las demandas y necesidades de las empresas.

Área de mejora 3: La inexistencia de un estándar de comunicación e información interna dificulta mucho la difusión de los mensajes que queremos transmitir al equipo de trabajo.

4.3.3. Mantener las fortalezas

Área de mejora 1: En cuanto al plan de comunicación externa, se va a continuar en una línea de trabajo llevando a cabo propuestas de innovación, a su vez mejora continua de los equipos inventariables tecnológicos y cuidando la oferta de la familia profesional para que no decrezca.

Área de mejora 2: Para la que se van a mantener y conservar las reuniones establecidas con las empresas del sector, para no perder esa vía de comunicación tan necesaria para tener una retroalimentación.

Área de mejora 3: Se va a salvaguardar la predisposición de los miembros del departamento de FP a llevar a cabo comunicaciones mediante el uso de herramientas tecnológicas debido a la amplia formación y seguridad que demuestran en el manejo con las mismas.

4.3.4. Explotar las oportunidades

Área de mejora 1: La mejora de las instalaciones puede resultar un atractivo a la hora de poner en marcha un plan de comunicación externa para darse a conocer, puesto que el centro de estudios contará con las instalaciones más modernas y podrá ser contemplada como una buena opción por familias y futuros/as estudiantes.

Área de mejora 2: Con las nuevas instalaciones se crean mayores posibilidades de formación, con lo que los/as alumnos/as podrán disfrutar de espacios que no sean limitantes y se asemejen más a los que van a encontrar en las empresas. Esto será valorado positivamente por las compañías del sector, puesto que sabrán que el alumnado se ha formado en las instalaciones adecuadas para desarrollar la tarea técnica específica de la imagen y el sonido. (Ejemplo: poder disponer de una sala de etalonaje, hará que el alumno/a sepa trabajar con destreza cuando llegue a una empresa y tenga que realizar sus labores en una sala técnica de etalonaje).

Área de mejora 3: Las instalaciones que van a crearse con la remodelación del centro cuenta con espacio departamental, para favorecer el clima entre compañeros/as de trabajo.

5. Organización y recursos

5.1. Estilo de liderazgo

El estilo de liderazgo es una cuestión fundamental a la hora de llevar a cabo un plan de dirección que englobe las líneas de mejora descritas, ya que “el liderazgo se constituye en clave para crear las condiciones institucionales que promuevan la eficacia de la organización escolar” (Bolívar, A.; López, J. y Murillo, F.J. 2013, p.14).

Se ejercerá un estilo de liderazgo que esté orientado a las tareas que se necesitan llevar a cabo en las áreas de mejora, ya que se requiere cumplir los objetivos que se marquen en ellas. Además, hay que resaltar que para ejercer un liderazgo institucional se necesitan unas capacidades mínimas. Entre ellas destacan la capacidad de toma de decisiones, capacidad de organizar la actividad y el tiempo necesario, la capacidad de interacción y la capacidad de innovación y de intuición de futuro. Las dos últimas capacidades enumeradas tienen especial relevancia por el momento histórico en que se encuentra el sistema educativo, por lo que se necesita un perfil de **líder integrador, innovador, de gestión y administrativo**, que sepa tomar decisiones no sólo formales y burocráticas sino también imaginativas y de progreso, que puedan ser seguidas y evaluadas para poder comprobar si efectivamente se cumple con las áreas de mejora. Por todo ello, es preciso generar confianza, ilusión y motivación como líder de la institución, por lo que será un estilo de liderazgo orientado a las personas de la comunidad educativa.

El ejercicio de la dirección comporta la posibilidad de influir decisivamente en aspectos importantes del centro. Las tareas de gestión y organización deben compatibilizarse con las de asesoramiento y apoyo al profesorado, la integración de la comunidad educativa en un proyecto común de trabajo y la necesidad de proyectar hacia el exterior la imagen de una institución educativa en el que se trabaja para conseguir eficacia y calidad en el proceso de enseñanza-aprendizaje, sin olvidar la educación en valores. Todo ello debe realizarse en un clima de satisfacción por el trabajo realizado.

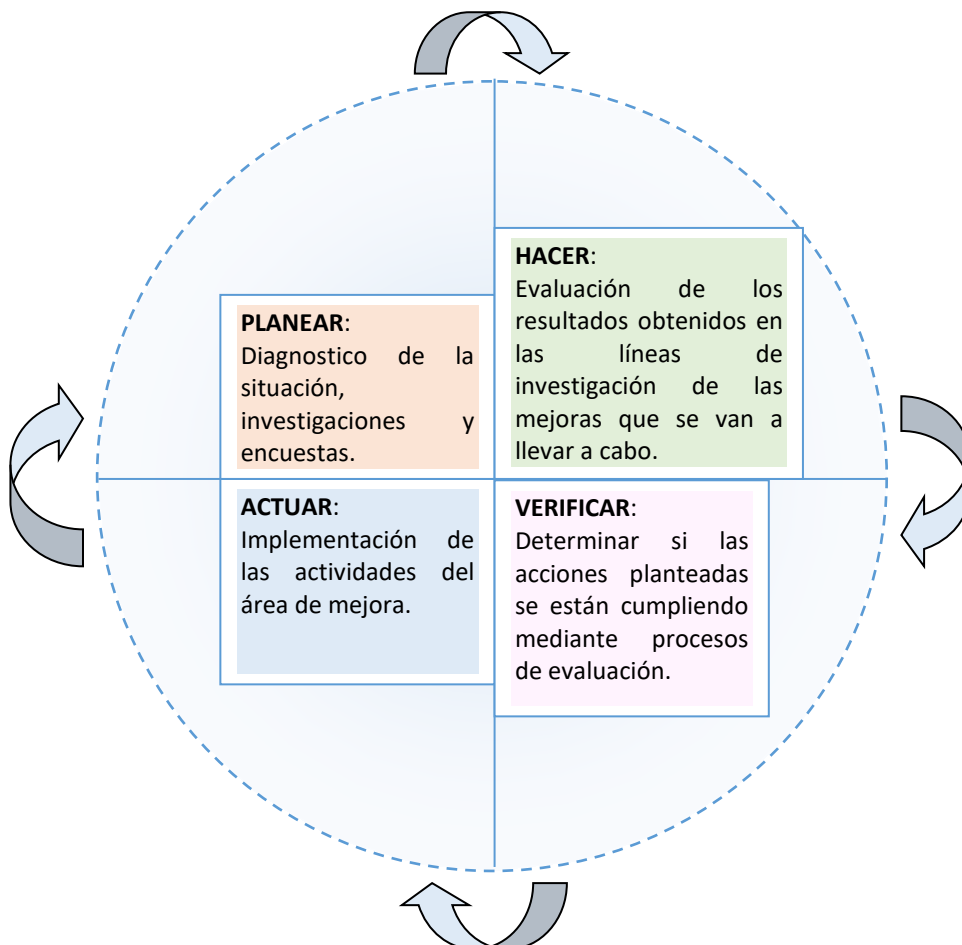
Por todo ello, se va a poner de manifiesto al llevar a cabo estas acciones un **liderazgo de tipo distribuido**, ya que se va a tratar de centrarse desde la dirección en la interacción entre los diferentes miembros de la comunidad educativa (externos, internos o institucionales). Mediante este tipo de liderazgo “el directivo identifica, establece acuerdos y metas

deseables, estimulando y desarrollando un clima de colaboración, apertura y confianza, lejos de la competitividad entre las distintas partes” (Murillo, 2006, p.10).

5.1. Atención específica a la organización y los recursos

Para abarcar este apartado se va a plasmar la organización de las diferentes áreas de mejora a través del ciclo de Deming, gracias a su gráfico se puede observar la correcta manera de optimizar las actividades en cuatro etapas: planear, hacer, verificar y actuar. Para que sea realmente útil será necesario realizar una autoevaluación para conocer las oportunidades de mejora en cada una de las áreas planteadas. Así pues, en el apartado de **planear** se podrán realizar encuestas que nos ayuden a determinar los problemas o las necesidades del centro educativo y cuáles son los objetivos que se necesitan alcanzar a través de los indicadores de logro. Bajo el ítem **hacer** se van a desarrollar todos los pasos para poder conseguir el objetivo. En cuanto a la sección **verificar**, pone de relieve la diferencia entre lo que se ha planteado llevar a cabo y lo que se está haciendo. Por último, en el apartado **actuar** se realizan las acciones determinadas para lograr los objetivos del área de mejora.

Ciclo de Deming aplicado a las áreas de mejora



5.1.1. Área de mejora 1: Plan de comunicación externa

El área de mejora 1, que refiere al plan de comunicación externa, se va a presentar en tres partes con la finalidad de ofrecer un diagnóstico con su respectiva evaluación de resultados y las actuaciones específicas de implementación de las actividades, siendo estas aquellas que contemplan la jornada de puertas abiertas, trazar un plan de visibilidad, la creación de un website y la extraescolar integradora.

Plan de comunicación externa

Mejorar la visibilidad del centro educativo como referente de la FP en la familia de Imagen y Sonido en la provincia de Alicante a través de un plan estratégico de comunicación externa.			
Actuación	Actividades	Responsable	Temporización
1. Diagnosticar la situación actual	Actividad 1: Identificar y realizar un informe de si el alumnado susceptible de cursar FP conoce la oferta completa en nuestro centro.	Jefe de departamento	4 semanas
	Actividad 2: Investigar qué tasa de alumnado se está perdiendo y el por qué se matriculan en el único ciclo de FP del que este IES no dispone, pero los otros centros de la provincia sí (se trata del ciclo de 3D y 2D).	Secretario	4 semanas
	Actividad 3: Identificar y realizar un informe de qué materiales de promoción podría dotar al IES la consejería de educación para una jornada de puertas abiertas (panfletos, cartelería, pantallas de visionado, etc.).	Dirección	3 semanas
	Actividad 4: Realizar un informe de comparación de las empresas que colaboran con esta institución en comparación con los otros IES de la familia de imagen y sonido.	Jefe de departamento de formación en centros de trabajo	8 semanas
	Actividad 5: Realizar una encuesta para conocer las demandas de las familias a la hora de disponer de un website del centro educativo. Con los resultados crear un informe para su posterior análisis.	Jefe de estudios de FP	3 semanas
2. Evaluación de los resultados obtenidos	Actividad 1: Realizar un informe sobre los datos obtenidos en el apartado de diagnóstico	Dirección	4 semanas

	Actividad 2: Evaluar la forma de implementar las actividades.	Jefe de estudios	4 semanas
	Actividad 3: Presentación de la propuesta inicial de las actividades a desarrollar.	Jefe de departamento	1 semana
3. Implementación de las actividades del área de mejora	Actividad 1: Diseñar un plan de promoción y visibilidad	Secretario	8 semanas
	Actividad 2: Realizar una jornada de puertas abiertas	Jefe de estudios FP	10 semanas
	Actividad 3: Crear una Website	Servicios informáticos externos y contratados por el centro educativo	8 semanas
	Actividad 4: Organizar una extraescolar integradora con el AMPA y las familias	Jefe de Departamento	12 semanas

5.1.1.1. Cronograma de los planes de actuación previstos

Para determinar los tiempos necesarios durante los 12 meses que conlleva la consecución de esta área de mejora, se ha realizado un cronograma que muestra por semanas el tiempo establecido para cada acción.

Cronograma comunicación externa

Planificación de la fase 1. Fase de identificación del plan de comunicación externo													
Actuaciones	Actividades	Número de semanas											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Actuación 1: Diagnosticar la situación actual	Actividad 1: Informe futuro alumnado	■		■	■								
	Actividad 2: Investigación tasa alumnado	■		■	■								
	Actividad 3: Material de promoción	■		■									
	Actividad 4: Informe comparativo empresas	■		■	■	■	■	■	■				

	Actividad 5: Encuesta familias												
Actuación 2: Evaluación	Actividad 1: Realizar un informe sobre el diagnóstico												
	Actividad 2: Evaluar la forma de implementar las actividades												
	Actividad 3: Presentación de la propuesta inicial de las actividades a desarrollar.												
Actuación 3: Implementación de las actividades del área de mejora	Actividad 1: Promoción y visibilidad												
	Actividad 2: Puertas abiertas												
	Actividad 3: Inicio website												
	Actividad 4: Extraescolar integradora												

5.1.1.2. Recursos necesarios

5.1.1.2.1. Humanos

Los recursos humanos para esta área de mejora serán el jefe de departamento, apoyado y consensuando las decisiones con el profesorado perteneciente al departamento de imagen y sonido. El secretario del centro con ayuda del vicesecretario, para que las tareas puedan dividirse entre ambos. El director que velará por las relaciones con la consejería de educación, para trazar acuerdos. El jefe de departamento de formación en centros de trabajo con ayuda de su equipo que consta de los tutores de 2º curso de FP. El jefe de estudios de FP que debe cuidar por la relación con las familias de los/as alumnos/as que atañen a esta especialidad. Por último, los servicios informáticos externos y contratados por el centro educativo.

5.1.1.2.2. Materiales y económicos

Se necesitará para llevar a cabo esta área de mejora un presupuesto de 3.000 euros para llevar a cabo la creación de la website por parte de los servicios informáticos externos y contratados por el centro educativo que saldrá del presupuesto anual del centro de estudios. A su vez, será preciso disponer de material fungible como papel y material escolar

y se pedirá a la consejería de educación que dote al centro con material promocional de la FP, como pueden ser panfletos, trípticos, cartelería y otros.

Cabrá tener en cuenta los conceptos del presupuesto de los recursos económicos para este fin:

Presupuesto página web institucional

CONCEPTO	PRECIO
Programación de la estructura de la website	2.000 euros
Animaciones 3D para la website	850 euros
Alojamiento y servidor	150 euros
Total	3.000 euros

5.1.2. Área de mejora 2: Método de relaciones interinstitucionales

El área de mejora 2, que establece el método de relaciones interinstitucionales del centro escolar, se va a distribuir en tres apartados: el diagnóstico de la situación actual, la evaluación de los resultados del citado diagnóstico y, por último, las actividades para conseguir la mejora propuesta entre las cuales destacan: aquellas que conllevan un flujo de comunicación de manera asidua entre compañías del sector de imagen y sonido y la institución educativa.

Método de relaciones interinstitucionales

Promover la participación de las empresas de Imagen y Sonido en el desarrollo de la práctica profesional para el empleo del alumnado mediante un método de relaciones interinstitucionales.			
Actuación	Actividades	Responsable	Temporización
1. Diagnosticar la situación actual	Actividad 1: Reunión con las empresas del entorno para contemplar mejoras en las relaciones con el IES.	Jefe de departamento de formación en centros de trabajo	8 semanas
	Actividad 2: Encuesta de satisfacción de las prácticas a los gerentes de las empresas.	Tutores de los grupos de 2º curso de FP	4 semanas

	Actividad 3: Formulario para investigar la posibilidad de préstamos de material a la FP en actividades de colaboración.	Jefe de departamento de formación en centros de trabajo	4 semanas
2. Evaluación de los resultados obtenidos	Actividad 1: Realizar un informe sobre los datos obtenidos en el apartado de diagnóstico y evaluar la forma de implementar las actividades.	Dirección	4 semanas
	Actividad 2: Evaluar la forma de implementar las actividades.	Jefe de estudios	4 semanas
	Actividad 3: Presentación de la propuesta inicial de las actividades a desarrollar.	Jefe de departamento	1 semana
3. Implementación de las actividades del área de mejora	Actividad 1: Redactar cesión temporal de materiales y tramitarla en la consejería de educación.	Secretario	6 semanas
	Actividad 2: Invitar a las empresas a participar y observar la extraescolar integradora.	Jefe de estudios de FP	4 semanas
	Actividad 3: Realizar reuniones periódicas durante la fase de prácticas.	Tutores de los grupos de 2º curso de FP	12 semanas
	Actividad 4: Realizar encuestas habituales para determinar las necesidades para con los/as alumnos/as.	Jefe de departamento de formación en centros de trabajo	12 semanas

5.1.2.1. Cronograma de los planes de actuación previstos

Las actividades propuestas en el apartado anterior tienen una duración total de 12 meses, los cuales quedarán distribuidos de la siguiente forma:

Cronograma relaciones interinstitucionales

Planificación de la fase 2. Fase de identificación del plan método de relaciones interinstitucionales													
Actuaciones	Actividades	Número de semanas											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Actuación1: Diagnosticar situación actual	Actividad 1: Reunión con empresas	■	■	■	■	■	■	■	■				
	Actividad 2: Encuesta satisfacción	■	■	■	■								

	Actividad 3: Formulario préstamos													
Actuación 2: Evaluación	Actividad 1: Realizar un informe sobre el diagnóstico													
	Actividad 2: Evaluar la forma de implementar las actividades													
	Actividad 3: Presentación de la propuesta inicial de las actividades.													
Actuación 2: Implementación de las actividades del área de mejora	Actividad 1: Redacción cesión de material													
	Actividad 2: Extraescolar integradora													
	Actividad 3: Reuniones periódicas													
	Actividad 4: Encuesta necesidades													

5.1.2.2. Recursos necesarios

5.1.2.2.1. Humanos

Se necesitará la intervención del jefe de departamento de formación en centros de trabajo, para cuidar la relación más directa con las empresas y mostrar el grado de compromiso del centro para con ellas, tarea que también ejercerá en coordinación con su equipo de profesores, que son los tutores de 2º de los ciclos de FP. Por otro lado, el secretario se hará cargo de los trámites burocráticos que se necesitan para la cesión temporal de material. Por último, el jefe de estudios de FP se encargará de las relaciones y el protocolo para realizar las invitaciones a la participación de la extraescolar.

5.1.2.2.2. Materiales y económicos

En esta área de mejora solo se contempla el pago de la gasolina para acudir a las reuniones con las empresas, que según la Agencia Estatal de la Administración Tributaria marca debe pagarse a 0,19 por Kilómetro y este presupuesto saldrá de la partida del dinero del

departamento de imagen y sonido, ya que es una tarea específica de la FP. Para llevar a cabo este cometido se llevarán a cabo la cumplimentación de hojas de registro de las visitas y los kilómetros realizados (Anexo I).

5.1.3. Área de mejora 3: Procedimiento de comunicación interna

El área de mejora 3, que instaura el procedimiento de comunicación interna del departamento de FP de la familia de imagen y sonido, se divide en tres apartados, como son: el diagnóstico y evaluación de este y las distintas actividades que se necesitan para conseguirlo, como son la creación de una intranet con su correspondiente curso de formación y el mantenimiento de la misma.

Procedimiento de comunicación interna

Desarrollar la mejora de comunicación interna y los buenos hábitos de trabajo entre compañeros/as utilizando un procedimiento de comunicación interna.			
Actuación	Actividades	Responsable	Temporización
1. Diagnosticar la situación actual	Actividad 1: Cuestionario de uso de nuevas tecnologías para determinar necesidades de formación de los miembros del departamento.	Jefe de departamento	6 semanas
	Actividad 2: Cuestionario de necesidades informativas en una intranet.	Jefe de departamento	6 semanas
2. Evaluación de los resultados obtenidos	Actividad 1: Realizar un informe sobre los datos obtenidos en el apartado de diagnóstico y evaluar la forma de implementar las actividades.	Dirección	4 semanas
	Actividad 2: Evaluar la forma de implementar las actividades.	Jefe de estudios	4 semanas
	Actividad 3: Presentación de la propuesta inicial de las actividades a desarrollar.	Jefe de departamento	1 semana
3. Implementación de las actividades del área de mejora	Actividad 1: Organizar la asistencia a un curso formación intranet.	Servicios de formación de la consejería de educación	12 semanas

	Actividad 2: Creación de la intranet.	Servicios informáticos externos y contratados por el centro educativo	12 semanas
	Actividad 3: Diseñar un protocolo de actualización de la intranet y mantenimiento.	Jefe de estudios de FP	12 semanas

5.1.3.1. Cronograma de los planes de actuación previstos

En la siguiente tabla se puede observar cuanto tiempo se le dedicará a cada una de las acciones propuestas en el plan de actuación para el área de mejora número 3.

Cronograma de relaciones internas

Planificación de la fase 3. Fase creación del procedimiento de comunicación interna													
Actuaciones	Actividades	Número de semanas											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Actuación1: Diagnosticar la situación actual	Actividad 1: Cuestionario de uso NNTT	■	■	■	■	■	■						
	Actividad 2: Cuestionario intranet	■	■	■	■	■							
Actuación 2: Evaluación	Actividad 1: Realizar un informe sobre el diagnostico	■	■	■	■								
	Actividad 2: Evaluar la forma de implementar las actividades	■	■	■	■								
	Actividad 3: Presentación de la propuesta inicial de las actividades.	■											
Actuación 2: Implementación de las actividades del área de mejora	Actividad 1: Curso intranet	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Actividad 2: Creación intranet	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Actividad3: Mantenimiento intranet	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

5.1.3.2. Recursos necesarios

5.1.3.2.1. Humanos

Para alcanzar esta área de mejora se necesitará la intervención del jefe de departamento, para determinar las necesidades de su equipo de trabajo e intentar buscar las soluciones necesarias para la formación del departamento. Asimismo, los servicios informáticos externos y contratados por el centro educativo llevarán a cabo la tarea de la creación de la intranet, pero será el jefe de estudios de la FP el que tenga la responsabilidad de asegurar su funcionamiento y actualización.

5.1.3.2.2. Materiales y económicos

Se precisará un presupuesto de 1.700 euros para llevar a cabo la creación de la intranet por parte de los servicios informáticos externos y contratados por el centro educativo, que se pagará del presupuesto anual del departamento de imagen y sonido, ya que será de uso propio para dicho departamento. Cabe señalar que se establece un desglose de presupuesto para la acción de crear la intranet con los siguientes conceptos:

Presupuesto creación de intranet

CONCEPTO	PRECIO
Programación intranet	1.200 euros
Servicio de mensajería y correo electrónico	350 euros
Alojamiento de la intranet	150 euros
Total	1.700 euros

6. Evaluación y seguimiento

Por lo que respecta a la evaluación debemos diferenciar 3 fases o etapas. La primera sería la evaluación inicial, que servirá de diagnóstico antes de comenzar con la consecución de cualquier objetivo específico. En segundo lugar, la evaluación procesual que tiene un carácter formativo y orientadora, ya que necesita de revisiones periódicas, para saber que se están siguiendo los indicadores de logro propuestos. En tercer y último lugar, la evaluación final, que se trata de una evaluación sumativa, debido a que trata de englobar todos los ítems propuestos para cada objetivo y su grado de consecución en un informe que también versará sobre las mejoras que puedan ser tenidas en cuenta en un futuro.

6.1. Área de mejora 1

6.1.1. Procedimientos de seguimiento

Cabría señalar que la evaluación de resultados se ejecutará al finalizar la temporalización establecida para el objetivo específico del plan de comunicación externa, que tiene una temporización total de 12 meses. Para poder realizar dicha evaluación hay que tener en cuenta los siguientes criterios a seguir por el equipo directivo:

1. La dirección en coordinación con el departamento de FP y el ANPA deben realizar un seguimiento de la promoción externa, para conocer cómo se desarrolla la misma.
2. El equipo directivo debe dar a conocer a toda la comunidad educativa la documentación de promoción y oferta educativa del centro, para que estos sepan trasladarla de la manera más eficaz posible.
3. Se tendrá que analizar los recursos humanos y materiales que se necesitan para poder promocionar la FP y llevar a cabo la jornada de puertas abiertas.
4. El equipo directivo debe velar por el cumplimiento de las leyes de protección de datos de cara a la creación de la website del centro.
5. Finalizado el proceso cabrá realizar una evaluación interna del centro, para conocer la opinión del profesorado sobre dicha jornada y las posibles mejoras. Se trata, por tanto, de valorar si se ha estado a la altura de la demanda.

6.1.2. Criterios de evaluación e indicadores de logro

Para poder evaluar las acciones a seguir para cumplir el plan de comunicación externa diseñado, se va a cumplimentar una tabla que presenta los indicadores de logro que se deben obtener. Esta tabla, por tanto, dará de forma desglosada todas las acciones que se deben cumplir y los porcentajes que servirán para conocer si se ha alcanzado la meta que se ha propuesto en el objetivo específico.

Indicadores de logro objetivo específico 1

NIVEL DE CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO: Mejorar la visibilidad del centro educativo como referente de la FP en la familia de Imagen y Sonido en la provincia de Alicante a través de un plan estratégico de comunicación externa.						
Indicador de logro	Grado de cumplimiento					Observación
	20%	40%	60%	80%	100%	
1. Se investigan el público objetivo.						
2. Se investiga si el potencial alumnado está informado de la oferta formativa.						
3. Se consulta en el centro nacional de estadística el porcentaje de alumnado matriculado en otros centros de la misma rama.						
4. Se tramita la recepción de materiales promocionales de FP para centros públicos por parte de consejería de educación.						
5. Se elaboran informes sobre qué empresas colaboran con otros centros.						
6. Se redacta un plan de promoción y visibilidad.						
7. Se pone en marcha el plan de promoción y visibilidad.						
8. Se realiza un seguimiento del plan de promoción y visibilidad.						
9. Se planea la jornada de puertas abiertas.						
10. Se llega a cabo la jornada de puertas abiertas.						
11. Se valora la acogida de la jornada de puertas abiertas.						
12. Se diseña una website.						
13. Se encarga la website a una empresa analizando presupuestos.						
14. Se analiza el flujo de visitas de la website.						
15. Se organiza una extraescolar integradora en la que						

participa la comunidad educativa.						
16. Se lleva a cabo la actividad extraescolar.						
17. Se analiza el nivel de satisfacción con la extraescolar por parte del alumnado y las familias.						

6.2. Área de mejora 2

6.2.1. Procedimientos de seguimiento

Hay que incidir en que la evaluación de para valorar la consecución de logros que definen el objetivo específico del método de relaciones interinstitucionales se llevará a cabo al finalizar el plazo que se le ha otorgado a este cometido que suma un total de 12 meses. Para poder completar la evaluación se deben establecer los criterios por parte del equipo directivo en los siguientes ítems.

1. La dirección del departamento de FP de imagen y sonido se encargará del análisis de las empresas que colaboran con el centro educativo para las prácticas del alumnado, y al mismo tiempo, se encargará de identificar el por qué otras empresas no lo hacen.
2. La dirección de las prácticas en centros de trabajo se encargará de la materia administrativa a la hora de establecer nuevos convenios y reuniones.
3. Dinamización de los equipos de tutores de segundo curso de FP, para la coordinación en la visita a las empresas y a la hora de obtener un feedback de las demandas de estas. Impulso de la participación de estas empresas en la comunidad educativa.
4. Favorecer la convivencia con las entidades externas al centro, solucionar los desacuerdos producidos y crear un flujo de trabajo adecuado.
5. Impulso de aquellos planes de mejora dirigidos a las estancias formativas en empresas por parte del alumnado.

6.2.2. Criterios de evaluación e indicadores de logro

Las tareas necesarias para respetar el método de relaciones interinstitucionales trazado se van a desglosar en una serie de ocupaciones medidas en indicadores de logro, estas podrán medidas en porcentajes, para así determinar el grado de cumplimiento. Con la consecución de las diferentes acciones, se podrá llegar a completar el objetivo específico propuesto en el área de mejora 2.

Indicadores de logro objetivo específico 2

NIVEL DE CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO: Promover la participación de las empresas de Imagen y Sonido en el desarrollo de la práctica profesional para el empleo del alumnado mediante un método de relaciones interinstitucionales.						
Indicador de logro	Grado de cumplimiento					Observación
	20%	40%	60%	80%	100%	
1. Se investigan la opinión sobre la formación de FP de las empresas del sector situadas en el entorno del centro educativo.						
2. Se redacta un informe sobre las necesidades de las empresas con el alumnado de prácticas.						
3. Se redacta un convenio de préstamos de material en cesión temporal para la realización de prácticas dentro del centro educativo.						
4. Se realizan reuniones periódicas con las empresas.						
5. Se hace una encuesta finalizada el periodo de prácticas para conocer el nivel de satisfacción de la empresa.						
6. Se redacta una invitación formal a la extraescolar integradora, para que las empresas puedan acudir de ojeadores.						
7. Se pasa un cuestionario a las empresas para obtener un feedback sobre la actividad extraescolar.						
8. Se elabora un informe con un análisis DAFO sobre la situación de colaboración en prácticas de empresa con las diferentes compañías participantes.						

6.3. Área de mejora 3

6.3.1. Procedimientos de seguimiento

El procedimiento de evaluación del área de mejora 3, referido al objetivo específico de creación de un procedimiento de comunicación interna también tendrá una duración de 12 meses, en ellos se deberá velar por:

1. Asistir la convivencia en el departamento de imagen y sonido, resolver los problemas de comunicación que puedan haber persistido hasta el momento, atendiendo a su vez al reglamento interno del centro en cuanto a comunicaciones corporativas.
2. Formación e iniciativas del uso de las Nuevas Tecnologías aplicadas a la comunicación interna.

6.3.2. Criterios de evaluación e indicadores de logro

Con la lista de indicadores de logro de las diferentes labores a conseguir en el área de mejora 3, se va a poder llevar a cabo el plan de comunicación interna necesario para el departamento de imagen y sonido y la mejora de la comunicación de los compañeros/as del departamento y, por consiguiente, del clima de trabajo. Los porcentajes marcan el grado de cumplimiento en este área de mejora.

Indicadores de logro objetivo específico 3

NIVEL DE CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO: Desarrollar la mejora de comunicación interna y los buenos hábitos de trabajo entre compañeros/as utilizando un procedimiento de comunicación interna.						
Indicador de logro	Grado de cumplimiento					Observación
	20%	40%	60%	80%	100%	
1. Investigar mediante un cuestionario sobre el uso de las nuevas tecnologías como vía de comunicación de los miembros del departamento.						
2. Realizar una encuesta sobre las necesidades comunicativas para la intranet.						
3. Realizar un informe que analice las carencias y necesidades de la comunicación interna.						
4. Asistencia a curso de formación sobre el uso de la intranet por parte de los miembros del departamento.						
5. Diseño de la intranet.						
6. Contratación del diseño de la intranet.						
7. Diseño del protocolo de actualización y mantenimiento de la intranet.						

7. Conclusiones

Como conclusión a este trabajo cabe destacar que se requiere la participación y compromiso de todo el claustro y, más concretamente, de los miembros del departamento de imagen y sonido, ya que van a estar implicados en primer término en todas estas líneas de mejora.

Respecto al primer objetivo específico, en el que se desarrolla un **plan estratégico de comunicación externa**, se conseguirá dar la publicidad necesaria y promocionar la Formación Profesional, a la vez que mejorar la imagen y la visibilidad del centro educativo y de la FP mediante un método de promoción. Con ello, se va a mostrar a los miembros de la comunidad educativa la oferta formativa de la que se dispone, efectuando demostraciones y utilizando distintas vías de comunicación por las que poder exponer las peculiaridades de cada ciclo formativo e informando sobre todos los eventos que conciernen a la FP.

Por lo que refiere al segundo objetivo específico, se obtendrá la participación de las empresas del sector de imagen y sonido en la institución mediante un **método de relaciones interinstitucionales**. Este favorecerá el contacto entre el centro educativo y las empresas de interés para las prácticas del alumnado.

Por último, por lo que engloba al tercer objetivo específico, se va a lograr la correcta forma de favorecer la comunicación interna entre el profesorado, mediante un **procedimiento de comunicación interna**. Por lo que, se contribuirá positivamente a fomentar un buen ambiente de trabajo, basado en la organización y sistematización de las comunicaciones, que dará como resultado el perfeccionamiento de la productividad, aceptando e integrando a todos los miembros por igual.

Para finalizar, este proyecto servirá para el impulso de la Formación Profesional de imagen y sonido en el IES Luis García Berlanga, el cual es necesario para mejorar su posicionamiento respecto a otros centros de la provincia o familias formativas de FP. Además, ayudará a poner en valor la Formación Profesional, la cual no debe ser contemplada como una posibilidad académica para aquellos que no tengan el nivel para hacer frente a otros estudios, sino como una oportunidad de adquirir los conocimientos técnicos y procedimentales de las labores de un oficio concreto.

8. Referencias bibliográficas

8.1. Normativa

Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (LOE) BOE núm.106, 4 de mayo de 2006.

Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre (LOMCE), para la mejora de la calidad educativa (BOE 10 12 13). Artículo único: Modificación de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.

Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la Formación Profesional del sistema educativo (BOE 30 de julio de 2011).

Decreto 104/2018, del 27 de julio del Consell, por el que se desarrollan los principios de equidad e inclusión en el sistema educativo valenciano.

Decreto 252/2019, de 29 de noviembre del Consell, de regularización de la organización y el funcionamiento de los centros públicos que imparten enseñanzas de ESO, Bachillerato y FP.

Orden 20/2019, de 30 de abril, de la Conselleria de Educación, Investigación, Cultura y Deporte , por la cual se regula la organización de la respuesta educativa para la inclusión del alumnado en los centros docentes sostenidos con fondos públicos del sistema educativo Valenciano.

Resolución de 14 de junio de 2022, de la Dirección General de Centros y Personal Docente, por la que se fija el calendario escolar del curso académico 2022-2023 (DOCV 13/06/2019).

Resolución de 15 de julio de 2022, del secretario autonómico de Educación y Formación Profesional, por la que se dictan instrucciones sobre la ordenación académica y de organización de la actividad docente de los centros de la Comunidad Valenciana que durante el curso 2022-2023 impartan ciclos de Formación Profesional Básica, de Grado Medio y de Grado Superior.

8.2. Webgrafía

- All Videos*. (2015). Richard Gerver 2018. <https://www.richardgerver.com/>
- Dossier de Ciclos Formativos - Formación Profesional - Generalitat Valenciana*. (2022). Formación Profesional. <https://ceice.gva.es/es/web/formacion-profesional/oferta1>
- Generalitat Valenciana*. (2022). Formación Profesional. <https://ceice.gva.es/>
- Información sobre la nueva Ley de Formación Profesional*. (2022). Educacionyfp.gob.es. <https://www.educacionyfp.gob.es/destacados/nueva-ley-fp.html>
- Movilización educativa: objetivo 5A*. (2021, May 19). José Antonio Marina. <https://www.joseantoniomarina.net/articulos-en-prensa/movilizacion-educativa-objetivo-5a/>
- ORDER NOW: Sir Ken Robinson's manifesto "Imagine if..." is now available!* - Sir Ken Robinson. (2022, November 17). Sir Ken Robinson. <https://www.sirkenrobinson.com/>

8.3. Especializada

- Alguacil De Nicolás, M., & Pañellas Valls, P. V. (2009). Implicación de las familias en los institutos de enseñanza secundaria.
- Aliste Fuentes, C. (2006). Modelo de comunicación para la enseñanza a distancia en internet. (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Barcelona.
- Álvarez Espinosa, Miguel Ángel (2019). La estadística de alumnado de Formación Profesional. *Revista Índice de estadística y sociedad*. Número 73.
- Antúnez, S. (2000). La acción directiva en las instituciones escolares. Análisis y propuestas. ICE. Universitat de Barcelona.
- Apuntes de Comunicación interna e imagen institucional del centro educativo UNIR.
- Apuntes de Entidad del centro educativo UNIR.
- Badia, J., & Martí, M. (2015). Las claves de los centros que lideran. Cuadernos de Pedagogía.
- Blanco, A. (2009). Desarrollo y evaluación de competencias en Educación Superior. Madrid. Narcea S.A. Ediciones.

- Bolívar, A.; López, J. y Murillo, F.J. (2013). Liderazgo en las instituciones educativas. Una revisión de líneas de investigación. Revista Fuentes.
- Cabero, J. (2006). Las nuevas tecnologías en la sociedad de la información. En J. Cabero (Ed.), Nuevas tecnologías aplicadas a la educación. Madrid: Mc Graw Hill.
- Chrispeels, Janet. (1996). Effective Schools and Home- school- community partnership. Vol 7.
- Comisión de la Comunidades Europeas (1995). Libro blanco sobre la educación y la formación: enseñar y aprender. Hacia la sociedad cognitiva.
- Cuenca, Joan y Verazzi, Laura (2018). Guía fundamental de la comunicación interna. Editorial UOC.
- Dabas, E. (1998). Redes sociales, familia y escuela. Paidós.
- De la Fuente Anuncibay, Raquel. (2007). La Formación Profesional un reto para la sociedad del siglo XXI. Universidad de Burgos.
- Díaz, M. J. S. y Berrocoso, J. V. (2014). Centros educativos e-competentes en el modelo 1:1. El papel del equipo directivo, la coordinación TIC y el clima organizativo. Profesorado: Revista de curriculum y formación del profesorado, 18(3), 41-62.
- Estruch Tobella, J. (2002): Dirección profesional y calidad educativa. Cisspraxis S.A.
- Farriols, X. Francí,J. Inglés, M. (1994). La Formación Profesional en la LOGSE. De la Ley a su implantación. Barcelona. ICE Institut de Ciències de l'Educació.
- Gary L. Kreps "La Comunicación en las Organizaciones" Ed. Addison - Wesley Iberoamericana.
- Gerber, R. (2014): Crear hoy la escuela del mañana. Bloomsbury Education.
- Icontec. (2009). Sistema de Gestión de la Calidad para la Rama Ejecutiva del Poder Público y otras Entidades Prestadoras de Servicios. Requisitos.
- Idígoras Gutiérrez, Begoña (1989). La formación Profesional en España. Universidad Complutense de Madrid.
- La porte J. M.. (2001). Entusiasmar a la propia Institución: Gestión y comunicación interna en las organizaciones. Madrid: EIUNSA.

- Marichus, G. y Lanzas, F. (2007). Organización y psicología en la comunicación interna. Editorial Fragua.
- Marina, J. A. (2014). La recuperación de la autoridad. Claves para la familia y la escuela. Barcelona: Debolsillo.
- Medina, A. y Severino, P. (2014). Responsabilidad empresarial: generación de capital social de las empresas. Contabilidad y Negocios. Departamento de ciencias administrativas de la Universidad Católica del Perú.
- Merino, Rafael (2013). Las sucesivas reformas de la formación profesional en España o la paradoja entre integración y segregación escolar. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Murillo Torrecilla, F. J. (2006). Una dirección escolar para el cambio: del liderazgo transformacional al liderazgo distribuido. REICE. Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación.
- Pérez, R. (2012). Comunicación estratégica si claro. Pero ¿qué implica estratégica? Revista Académica de Comunicación y Ciencias Sociales.
- Ramírez Aledón, G. y Espert Martínez, A.M. (2000): Funció Directiva: Recursos per a la gestió de centres educatius. Generalitat Valenciana. Conselleria de Cultura i Educació.
- Robinson, K. (2000): El elemento. 2009, Random House Mondadori, S. A. Travessera de Gràcia, 47-49. 08021 Barcelona.
- Robinson, K. (2015): Escuelas Creativas. Grijalbo.
- Roca. Revista científico-educacional de la provincia Granma. Vol.15 No. 2, abril-junio 2019.
- Ruiz Illán, José Francisco y Martínez Fernández, Marcos (2015). Comunicación efectiva y trabajo en equipo. Ediciones de la U, Eduforma.
- Santana, Eva (2021). El plan de comunicación paso a paso. Editorial Hoaki.
- Sarason, S.B. (1990) The Predictable Failure of Educational Reform: Can We Change Course before It's Too Late?. San Francisco Jossey-Bass.
- Senge, P. (2002) Escuelas que aprenden I traducción Jorge Cárdenas Nannetti. - Bogotá: Grupo Editorial Norma, 2002.
- Swartz, R. (2015): El aprendizaje basado en el pensamiento. Editorial SM.

9. Anexos

Anexo I

Nombre profesor _____

Nombre empresa	Recorrido realizado	Número de Kilómetros	Día y hora	Firma y sello de la empresa