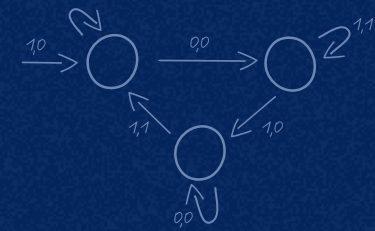
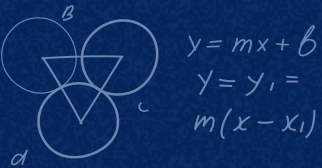




II CONGRESO INTERNACIONAL
INNOVACIÓN DOCENTE
EN ESTUDIOS
UNIVERSITARIOS



Abordando Desafíos de Salud Mental en la Educación Universitaria: experiencias innovadoras en dos Facultades



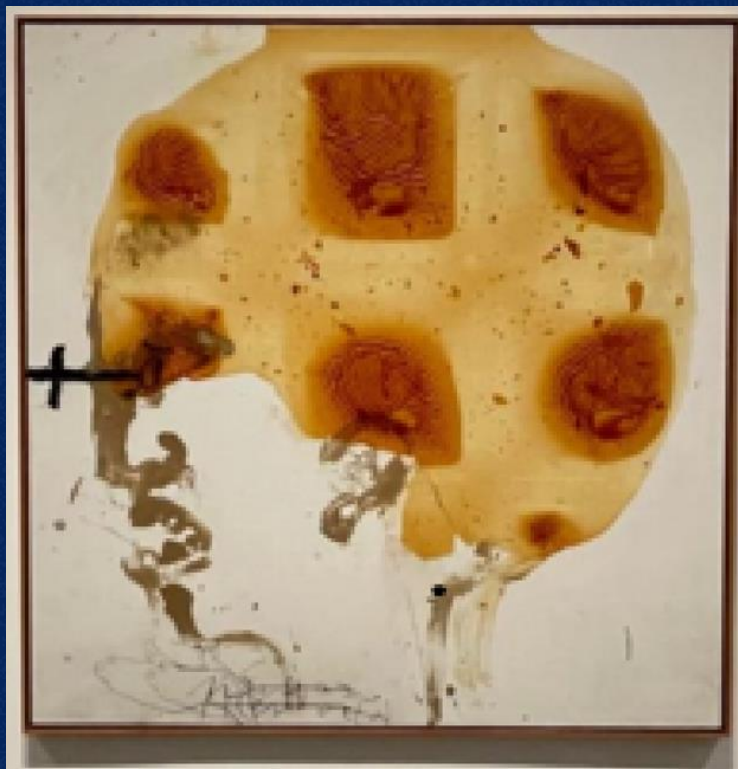
Marta Silvera Roig msilvera@ucm.es
Alejandra Villaseñor Goyzueta clvillas@ucm.es



Universidad Complutense de Madrid

Proyecto de Innovación Docente 392: Impacto de la atención emocional en el rendimiento académico de estudiantes de grado

Wow



"Cerebro y barniz"
Antoni Tàpies

Proyecto de Innovación Docente 392: Impacto de la atención emocional en el rendimiento académico de estudiantes de grado

Nos propusimos comprobar en el aula que una integración continuada de la atención emocional resulta en una mejora notable en el rendimiento académico y la satisfacción subjetiva de los/las estudiantes.

Bibliografía

- Damasio, A. (1994). *Descartes' Error: Emotion, Reason, and the Human Brain*. Penguin Books
- Immordino-Yang, M. H., & Panksepp, J. (2009). Towards a neurobiology of emotional learning. *Neuroscience and Biobehavioral Reviews*, 33(8), 1040-1050.
- Immordino-Yang, M. H., & Faeth, M. (2016). The role of emotion and skilled intuition in learning. In *Mind, Brain and Education: Neuroscience Implications for the Classroom* (pp. 69-83).
- Juwah, C., Macfarlane-Dick, D., Matthew, B., Nicol, D., Ross, D., & Smith, B. (2004). Enhancing student learning through effective formative feedback. The Higher Education Academy Generic Centre, June. The role of students' emotions in formal feedback situations.
- LeDoux, J. E. (2015). *Anxious: Using the Brain to Understand and Treat Fear and Anxiety*. Penguin Books.
- Värlander, S. (2008). The role of students' emotions in formal feedback situations. *Teaching in Higher Education*, 13(2), 145-156.
- Wiliam, D., & Black, P. (1996). Meanings and consequences: A basis for distinguishing formative and summative functions of assessment. *British Educational Research Journal*, 22(5), 527-548.

Neurociencia afectiva

- -Las emociones son poderosos motivadores del aprendizaje porque activan mecanismos cerebrales que originalmente evolucionaron para gestionar nuestra supervivencia básica.
- -El pensamiento y el aprendizaje significativos son inherentemente emocionales, porque solo pensamos **profundamente** en las cosas que, de alguna manera, nos importan (Immordino-Yang, 2016).

Estrategias principales

- Nuestro enfoque se basa en la aplicación de nuevos descubrimientos neurocientíficos sobre la base del aprendizaje. Seguimos estas 3 estrategias principales:
 - 1. Fomentar la conexión emocional con el material temático.
 - 2. Animar a las/los estudiantes a desarrollar intuiciones académicas críticas.
 - 3. Gestionar activamente el clima social y emocional del aula. (Immordino-Yang y Faeth, 2010).

¿Cómo?

- Facultad de Comercio y Turismo: estudiantes de grado, misma materia, mismo curso, dos grupos.
- Un grupo recibe “atención emocional” continua, en cada clase, a través de actividades que aplican nuevos estudios en neurociencia afectiva como los descritos, entre otros, por Joseph Ledoux (el cerebro emocional), Jaak Panksepp (sistemas motivacionales de Panksepp), Antonio Damasio (organización de emociones) como lo describe Immordino-Yang.
- Esta atención emocional es la variable independiente que medimos a través de encuestas realizadas al inicio y al final del semestre.
- Partimos de la premisa de la dificultad que en ocasiones supone reconocer, definir, compartir y comprender experiencias emocionales y la importancia de estas habilidades a la hora de obtener resultados docentes satisfactorios.

- Test ad hoc en Google Forms diseñado expresamente para evaluar el impacto de la tarea de atención emocional diseñada (Proyecto de presentación oral).
- Además, se realizará un análisis textual de las respuestas de los estudiantes (“¿Qué te importa?”) utilizando la metodología de la Teoría de la Metáfora Conceptual con el fin de comparar las metáforas conceptuales dominantes que ofrecen la posibilidad de crear un esquema dinámico. de la conceptualización de la experiencia emocional.

- Creemos que la atención emocional no debe ser un apéndice en el contexto docente sino una constante integrada en la vida cotidiana de docentes y estudiantes. Por tanto, según nuestra hipótesis, dicha atención emocional arrojaría resultados significativos en la mejora de la competencia académica y la percepción subjetiva de bienestar de las/los estudiantes.

Diseño del estudio

- Descubrimientos y enfoques provenientes de investigaciones de vanguardia en neurociencia afectiva: cognición y emoción coexisten en un estado indiferenciado y no existen áreas cerebrales específicas encapsuladas donde resida la arquitectura neurofuncional de las emociones, sino que la emocional está presente en toda la estructura cerebral.
- Los afectos básicos, que reflejan una diversidad de satisfacciones e incomodidades, son potenciales neurobiológicamente arraigados en el sistema nervioso: desencadenados, moldeados y refinados por nuestras experiencias de vida.

- Nuestro enfoque docente involucra actividades que nos permiten reconocer, describir, expresar y transformar estados emocionales:
- - Actividades integradas de forma transversal a la materia (la idea es que la atención que pretendemos dar no sea un apéndice sino una forma de impartir la materia).
- -Involucrar al alumnado en la toma de decisiones sobre temas de trabajo y estudios de casos.
- -Actividades con resolución de problemas abiertos que permiten a las/los estudiantes utilizar su conocimiento intuitivo y su creatividad favoreciendo la aceptación del margen de error y la expresión emocional.
- Una vez definidas las actividades, potenciamos el mencionado aprendizaje intuitivo basado en la experiencia a través de sesiones de trabajo guiadas donde las reflexiones privadas o colectivas de las/los estudiantes tienen un lugar central (sesiones control y retroalimentación cuando es necesario)

Retos

El principal desafío que encontramos con este enfoque es que las/los estudiantes solicitan actividades más estructuradas con requisitos claros y definidos. Cuando la actividad es más abierta y se centra en un problema real, hay un primer momento de dudas e inacción que hemos afrontado con sesiones de control antes del proyecto final.

- Como docentes, nuestro desafío será permitir que nuestros estudiantes accedan a la información no como entidades pasivas sino desarrollando intuición experta o pensamiento crítico (un proceso de aprendizaje más lento pero más efectivo).
- Para que esta forma de aprendizaje se lleve a cabo es necesario cuidar el clima social del aula para que las/los estudiantes sientan el respeto y la confianza necesarios y no tengan miedo a cometer errores (dedicamos una clase a hablar de cómo funciona el proceso de aprendizaje: “La neurociencia del aprendizaje”, y a identificar y describir neuromitos). Para conseguirlo, consideramos importante dedicar tiempo a fomentar una relación estrecha y fluida entre alumnos/as y profesoras con espacios para la conversación y las actividades fuera del aula.
- El equilibrio entre tareas no estrictamente académicas y tareas puramente académicas con un enfoque emocional también fue un gran desafío.

- En nuestra experiencia, y como rasgo distintivo de las profesoras que forman parte del departamento de Estudios Ingleses y están adscritas a la Facultad de Comercio y Turismo, las charlas informales, la atención personalizada a las particularidades de cada alumno/a y la atención activa a través de tutorías, correos electrónicos y chats antes y después de las clases nos han permitido crear un ambiente de confianza y libre intercambio de ideas.
- El reto que nos plantea este enfoque es el diseño de un programa de formación continua y encuentros docentes donde se valoren las llamadas soft skills como parte **esencial** del aprendizaje universitario. **La atención emocional es clave para el aprendizaje, no debemos caer en el error de pensar que es un ámbito ajeno a las competencias de los/las docentes universitarios/as.**

Preguntamos, en encuesta anónima, a comienzo del cuatrimestre: What do you care about?

RESPUESTAS QUE SE REPITEN

- No poder independizarme ni formar una familia.
 - Decepcionar a mis padres.
 - No encontrar pareja, quedarme solo/a.
- No tener un buen rendimiento académico (exámenes, tener que abandonar la universidad, perder la beca).
 - La soledad.
 - No encontrar trabajo.

¿Cómo tocamos determinados temas de forma transversal dentro de nuestros contenidos?

- Ejemplo de actividad, aprendizaje basado en proyectos: planteamos un problema real, las propuestas de cada proyecto son susceptibles de tener un impacto directo o indirecto, contamos con entidades interesadas que desean involucrarse a largo plazo (Viator Media, Madrid Sierra Norte)

Neurociencia afectiva en el aula

- El trabajo de Immordino-Yang y Panksepp enfatiza la relevancia del “impacto real” y el compromiso emocional en el aprendizaje (Immordino-Yang y Panksepp, 2009).
- Al conectar las actividades del aula con desafíos locales reales, intentamos brindar a nuestras/os estudiantes experiencias de aprendizaje significativas que fomenten y aprovechen su motivación y compromiso emocional.

- Con las mismas instrucciones y planteamientos: el grupo control presentó en la sesión control un esquema poco imaginativo y general donde el uso de Chatgpt era abundante, curiosamente en documentos word. (Temas: últimas tendencias en la industria de hospitalidad).
- El grupo experimental presentó proyectos imaginativos, muy desarrollados para la época del semestre en el que estábamos, en PPTs. El alumnado expresó avidez por encontrar más información (ya que es poca la que hay), quejas por este mismo motivo (“no encuentro nada cuando busco en Google” y especial interés por realizar una visita de campo al lugar). (Temas: El Camino Mendocino).

Ejemplos de lo que se presentó en la session control: Grupo control

CONTROL SESSION

Culinary experiences: Putting experiences, authenticity and the senses first.

Our final work will be about exploring unique culinary experiences in Madrid city center. Those experiences will be expensive, so we will focus on people who want to spend more.

Authenticity will be one of the essential elements in our search for culinary experiences.

Our survey will consist of a culinary route in which you could explore 4 different culinary experiences. These experiences range from the most traditional to the most innovative, each one being authentic.

That's why the questions which we will ask the respondents will be related to the chosen experiences. Some questions such as:

- Would you be interested in visiting and living these authentic experiences?
- What does authenticity in gastronomy mean to you? Do you think our places are really authentic?
- In your opinion, do you prefer to visit traditional gastronomic experiences (from Madrid) or innovative experiences?

We will consult culinary experiences websites, travel websites, traveling blogs and customers opinions.

For your final project, you will be working in groups to explore and analyze one of the following trends in the hospitality industry:

- Workforce empowerment: Transforming challenges into opportunities
- Artificial intelligence and technology: Choosing the best tech to revolutionize hospitality
- Culinary experiences: Putting experiences, authenticity, and the senses first
- Bars and drinks redefined: Adding creativity and design to the drinks' menu
- Fine dining: In need of reinvention but full of potential
- Fine wine prices: Navigating the fluctuating vineyard market
- Rising interest rates: The impact on hotel property values and transactions
- Green hospitality: Beyond sustainability to net positivity
- Data-driven decision-making: Data-analytics for optimum personalization
- The power of social media: Crafting authentic narratives

THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA IN THE HOSPITALITY INDUSTRY

A PROJECT OVERVIEW

For our final project we decided to analyze and explore the power of social media as a trend in the hospitality industry.

In an era dominated by digital interactions, the hospitality industry is changing because of the power of social media. With this project we want to analyze the relationship between social media and the hospitality sector; by doing a lot of research exploring case studies, recent developments, etc and exploring its trends, impacts, and future implications.

About how we are developing the work, the project will focus on analyzing how social media has an impact on the success of businesses in the hospitality industry.

We will use a multifaceted approach, using both qualitative and quantitative methods to gather all the information. Primary research will involve surveys with people related to the hospitality industry, social media managers, and consumers. Secondary research will focus on industry reports, case studies and relevant literature to provide a better framework.

We consider the survey as a really important component of the project, so that we can gather the best information. The most important areas we want to cover with the survey are:

- Social media usage of consumers in relation to hospitality industry
- Effectiveness of social media marketing strategies in the hospitality businesses
- How brand image and reputation is influenced by the social media
- Impact of "influencers" content and online reviews on consumer decisions
- Future trends and emerging technologies shaping social media engagement in the hospitality sector.

With this project we are looking to share a clear and well informed analysis on how important (or not) social media really is in this sector. If it really is as relevant as many people think it is or not. And if it really affects the hospitality industry, how? a lot? not so much? in a good way? In a bad way?. We aim to give a full view on this topic adding to the online information our critical thinking.

In our final project we are going to talk about *The power of social media in the tourism industry*.

Our purpose of the study is to explore how social media has transformed the way people travel and make tourism-related decisions.

Our development is going to be ed in this topics

1. History and Evolution of Social Media in Tourism:
 - o Contextualization of the emergence of social media and its integration into the tourism industry.
 - o Examples of platforms that have had a significant impact.
2. Influence of Social Media on Travel Decisions:
 - o Analysis of how social media affects destination choices, activities, and accommodations decisions.
 - o Case studies demonstrating how shared experiences on social media influence other travelers.
3. Tourism Marketing and Promotion through Social Media:
 - o Examination of effective social media marketing strategies used by tourist destinations, hotels, and travel companies.
 - o Impact of influencer campaigns and user-generated content.
4. Reputation Management and Reviews on Social Media:
 - o Explore how reviews on platforms like TripAdvisor and Yelp affect the perception of tourist destinations and businesses.
 - o Strategies for managing and responding to comments and criticisms on social media.
5. Future Trends:
 - o Investigate emerging trends in the use of social media in tourism, such as augmented reality, live videos, and AI-generated content.
 - o Reflection on the future of tourism and how social media will continue to shape the traveler experience.
6. A conclusion

Social media has changed the way we communicate and share information, and its impact on the hospitality industry has been significant. Through these platforms, customers can share their experiences in an authentic way, which has a direct impact on various aspects of the industry.

Customer experiences: Social media has transformed the customer experience. Customers can now share reviews, comments and photos of their experiences at hotels, restaurants and other hospitality establishments. These opinions can influence the decision of other potential customers, as people increasingly rely on the recommendations of their peers on social media.

Culinary experiences: Putting experiences, authenticity, and the senses first

Objective

Our investigation aims to explore the burgeoning trend of prioritizing experience, authenticity, and sensory engagement in the culinary aspects of the hospitality industry. This trend reflects a shift from traditional dining to immersive, culturally rich, and interactive culinary experiences. We intend to examine how this trend impacts customer expectations, operational practices, marketing strategies, and overall industry trends within the hospitality sector.

Methodology

Research

We will conduct a comprehensive review of recent developments in the culinary experience trend within the hospitality industry. Our research will encompass:

Industry Reports and Market Analysis: Examination of publications from leading hospitality and culinary trend analysis organizations, such as the National Restaurant Association, Hospitality Net, and more, to understand market dynamics and forecasts.

Case Studies: Identification and analysis of successful establishments and hospitality ventures that have incorporated experiential and authentic culinary experiences into their offerings. This will include interviews with industry leaders, chefs, and business owners.

Academic Literature: Review of recent studies and academic papers that explore the relationship between culinary experiences and customer satisfaction, loyalty, and value perception in the hospitality industry.

Consumer Reviews and Feedback: Analysis of consumer reviews on platforms such as TripAdvisor, Yelp, and social media to gauge customer expectations and reactions to these culinary experiences.

Analysis

Our analysis will focus on evaluating the impact of the culinary experience trend on:

Customer Experience: How does this trend enhance customer satisfaction, engagement, and loyalty?

Business Operations: What operational challenges and opportunities does this trend present? How does it affect menu design, supply chain management, and staff training?

Marketing Strategies: Examination of how businesses leverage this trend in their branding, advertising, and customer outreach efforts.

Industry Trends: The broader implications for the hospitality industry, including potential shifts in competitive dynamics, investment priorities, and innovation pathways.

Sources and Entities for Consultation

We plan to consult a variety of sources, including:

Industry Experts and Chefs: Interviews with leading figures in the culinary world to get firsthand insights into the evolution and impact of this trend.

Hospitality Businesses: Engagement with hotels, resorts, and restaurants that are at the forefront of implementing experiential culinary offerings.

Market Research Firms: Firms like Statista, IBISWorld, and Euromonitor will be consulted for up-to-date industry data and trends.

Thoughts on the Investigation

This investigation presents an exciting opportunity to delve into how the culinary experience is reshaping the hospitality industry. We anticipate uncovering innovative practices that not only enhance customer engagement but also push the boundaries of traditional dining. Given the rise of social media and the experiential economy, we expect this trend to have profound implications for marketing strategies and brand differentiation in the hospitality sector. Our research will aim to provide actionable insights and recommendations for businesses looking to navigate this evolving landscape effectively.

This document serves as a foundation for our investigative work, outlining our approach to uncovering the nuances and impacts of the culinary experience trend in the hospitality industry.

Ejemplos de lo que se presentó en la session control: Grupo experimental



Unit 2: Getting there.



 PPT3

 Case Studies: presentations

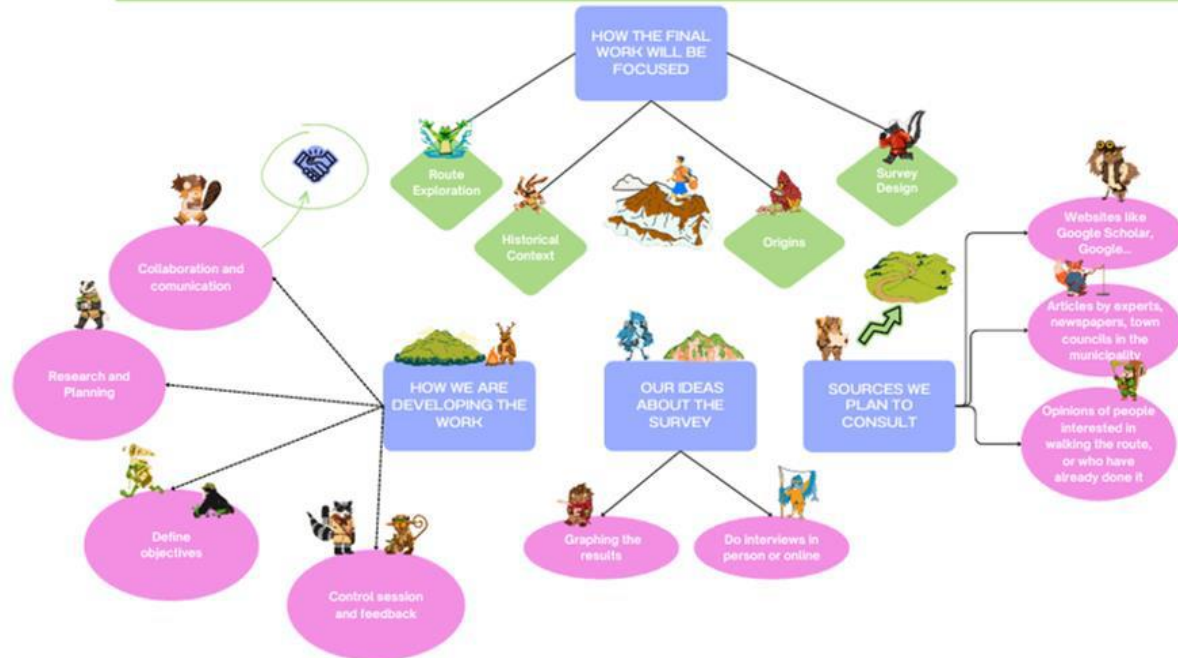
 PPT 4

Exploring Camino Mendocino: Draft

Inés Xu
Ruo Wei Chen
Constanza Vassilakov

Doubts we have

- Do we have to do a real survey?
- How to do a better survey.
- Which resources do you recommend us to use during the investigation?



POINTS OF CULTURAL AND SPIRITUAL INTEREST ALONG THE WAY

Torremocha de Jarama

- Features the Church of San Pedro Apóstol, dating back to the 15th century in Romanesque style, with Gothic elements inside.

Redueña

- Houses the Church of San Pedro Advincula, constructed between the 14th and 15th centuries, showcasing Renaissance and Baroque styles. It is situated near the Barranco del Moral.

Soto del Real

- Offers the Green Ring Route, a 5.3 km circular path focusing on notable landmarks such as the medieval bridge over the Arroyo Chozas.



POINTS OF CULTURAL AND SPIRITUAL INTEREST ALONG THE WAY

Manzanares el Real

- Boasts Castilian military architecture from the 15th century, including the best-preserved castle in Spain and in the Community of Madrid. Built in 1475, it was once the residential palace of the influential Mendoza family. The Gothic Isabelino style castle remains the property of the Mendoza family but is managed by the Community of Madrid.

Regional Park of the Upper Basin of Manzanares

- The oldest and most emblematic protected natural space in the Community of Madrid. Designated as part of the UNESCO International Network of Biosphere Reserves in 1992, it offers natural landscapes and opportunities for spiritual reflection.

Church of Santiago, Guadalajara

- Originally built in the 14th century, previously a convent church of Santa Clara. Dedicated to Saint James the Greater, one of the twelve apostles of Jesus Christ, distinguishing him from Saint James the Lesser.



Camino Santiago Accessible Project

- Focuses on enabling people with disabilities to participate in the Camino.
- Foundation ONCE provides resources like wheelchairs and information on accessibility barriers.
- Ensures accommodations have necessary facilities for accessibility.



Discamino Association

- Based in Vigo, aids people with disabilities in enjoying the pilgrimage.
- Offers assistance and accompaniment.
- Uses adapted tricycles and chair Joelette for hiking accessibility.



SURVEY DESIGN

1. Personal Information

- Age:
- Gender:
- Nationality:



2. Questions

- What motivated you to walk the Camino Mendocino?
- How did you prepare for it?
- What do you hope to achieve or experience during the trip?
- What aspects of the journey have been the most challenging?
- How would you rate the accessibility of the Camino Mendocino for pilgrims with diverse needs (physical disabilities...)?
- How did you find the signage and navigation along the Camino Mendocino?
- How did the experience of walking the Camino Mendocino impact you personally?

3. Suggestions

- What aspects of the Camino Mendocino would you improve?
- Would you recommend the Camino Mendocino to others interested in pilgrimage? Why or why not?

- Guadalajara – Marchamalo (6km)
- Marchamalo–Usanas (9km)
- Usanas- Fuentelahiguera de Albatages (11km)
- Fuentelahiguera de Albatages – Vinuelas (5km)
- Vinuelas – El cubillo de Uceda (9.5 km)
- El Cubillo de Uceda – Uceda (6km)
- Uceda – Torremocha (3km)
- Torremocha de Jarama – Torrelaguna (4.5km)
- Torrelaguna – Redueña (9km)
- Redueña – Venturada (5km)
- Venturada–Guadalix de la Sierra (8km)
- Guadalix de la Sierra – Soto del Real (11km)
- Soto de la Real- Manzanares el Real (10 km)

Assess the accessibility of the route for different groups, including individuals with disabilities

Although parts of the path may be difficult to access due to irregular terrain, efforts are being made to make the Camino more accessible. Some sections are adapted for the disabled, with ramps and wider paths.

Suitable accommodation and services are available along the way for pilgrims with special needs, such as special food menus or medical facilities.

Design of the Survey

TYPES OF QUESTIONS :

What is your main motivation for starting the Camino Mendocino ?/ What motivated you to embark on the Camino Mendocino route?

- Spiritual research
- Personal challenge
- Cultural discovery
- Connection with nature
- Others : ...

What amenities or services do you consider essential at accommodation stops?

How many kilometers would like to walk each day in this Camino ?

- less than 10km
- Between 10 and 20km
- More than 20km

Would you be interested in meditation or yoga activities along the way?

- Yes
- No

Would you be interested in guided tours of the remarkable historical or natural sites along the Mendocino Way?

- Yes
- No

GETTING INFORMATION

- Official web pages (<https://www.reduena.com/cultura/camino-mendocino/>)
- Forums and blogs (<https://www.sierranorte-madrid.org/>)
- Personal experiences and videos





https://docs.google.com/forms/d/1FAIpQLScDFMEoC1Yep0_ndN0m-er9meR8IglFWRZOp84pSmJfSNhzxw/viewform

¿Cómo fomentamos una mayor conexión emocional con el tema del proyecto?

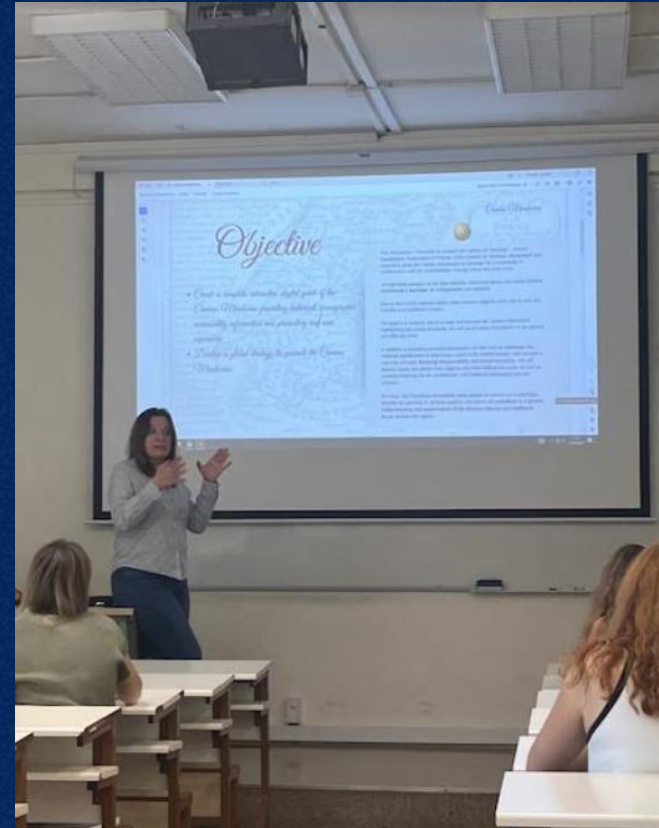
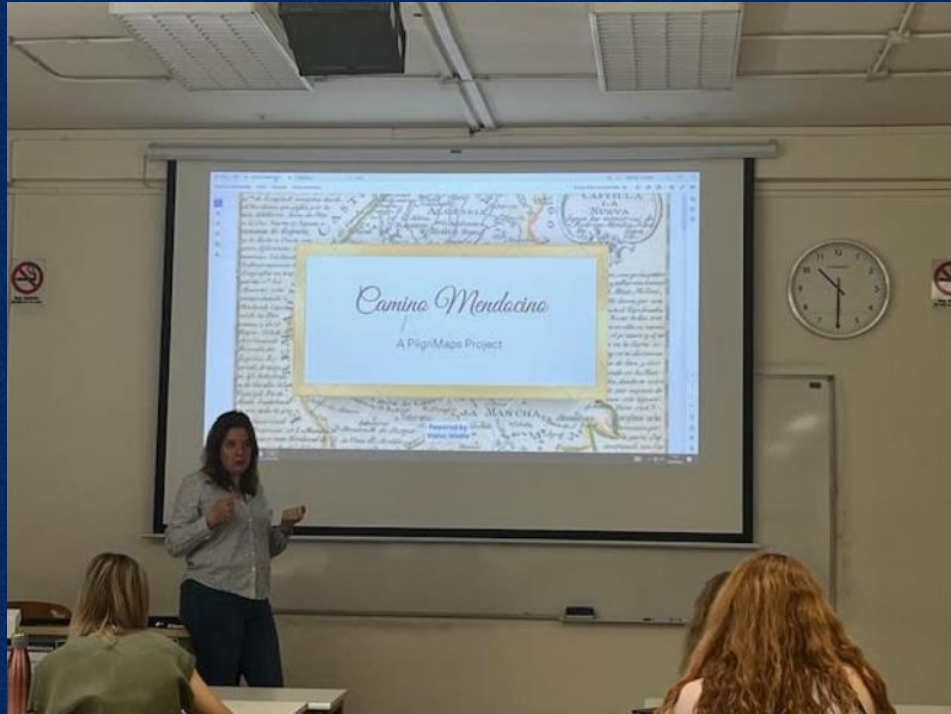
Además de lo que también se hizo con el grupo control (introducción del tema, lecturas de trabajos en clase, visualización de vídeos y charlas), el grupo experimental:

- Conoció a las entidades interesadas (MadRural, Sierra Norte de Madrid y Pilgrimaps de Viator Media).
- Fue informado sobre la utilidad de la creación de la encuesta y su final uso en el Camino Mendocino.
- Asistió a una charla en clase de la representante de Pilgrimaps.
- ADEMÁS: la propia elección del tema es importante para nuestros propósitos porque es un desafío real, local, y en el que es posible tener un impacto desde el aula.

Neurociencia afectiva en el aula

- Invitar a expertos/as y ofrecer tutorías personalizadas y charlas informales fuera del aula brinda oportunidades para que los/las estudiantes interactúen con el material de diversas maneras, fomentando conexiones sociales y un compromiso emocional que mejoran los resultados del aprendizaje (Immordino-Yang y Panksepp, 2009).

Charla de Inmaculada Álvarez, Directora Editorial de Viator Media - PilgrimMaps.com



Charla de Inmaculada Álvarez, Directora Editorial de Viator Media - PilgrimMaps.com



Feedback: sí, ¿pero cómo?

Neurociencia afectiva en el aula

- El feedback por parte del /la docente juega un papel crucial en el proceso de aprendizaje (Ledoux, 2015; Damasio, 1994). Las observaciones constructivas pueden provocar respuestas emocionales que ayuden a la consolidación de la memoria y el aprendizaje, ayudando a las estudiantes a comprender e internalizar mejor el material.
- **PERO: no cualquier manera de dar feedback es válida.** “Elogiar el esfuerzo y los comportamientos estratégicos y centrarnos en objetivos de aprendizaje conduce a mayores logros que elogiar la capacidad o la inteligencia, que puede dar lugar a impotencia aprendida (cuando los/las estudiantes creen que su propio comportamiento no influye en los eventos consecuentes)” (Juwahet al. 2004). De manera similar, Black y Wiliam (1998) afirman que “el feedback que desvía la atención de la tarea y la dirige hacia la autoestima puede tener un efecto negativo en las actitudes y el desempeño”.

Hipótesis Central

Conexión emocional con la materia → Mejor rendimiento académico

Integración continuada de la atención emocional → Mas satisfacción personal del alumnado



**Conectar
emocionalmente con
la materia**



**Proporcionar una
atención emocional
continuada**



**Alentar el
pensamiento crítico**



**Mantener un clima
social y emocional
adecuado en el
aula**

$$y = mx + b$$

$$y = y_1 =$$

$$m(x - x_1)$$

DERECHO:

Derecho Constitucional I-Fuentes del ordenamiento jurídico. Justicia Constitucional.

Derecho Constitucional II-Organización Constitucional y Territorial del Estado

Primer Año del Grado de Derecho (Doble Grado Filosofía y CC Políticas)

Horario Vespertino

1. Muestras cualitativas



**Propuestas anónimas
el primer día de clase.**



**Valoraciones anónimas
y sugerencias el último
día de clases.**

2. Observación Participante en Clase.

3. Análisis de la trayectoria académica individual del alumnado.

Evaluaciones de Docencia no están aún disponibles para el curso 2023/2024













1. Dar un espacio y valor explícito a la conexión emocional, hablando del tema aunque aparentemente no tenga relación con el tema.











- Mucho alumnado no tiene un entrenamiento emocional y no está acostumbrado ni a reconocer ni a nombrar sus propias emociones.
- El mundo laboral se manifiesta como ajeno a lo emocional y al bienestar. No parecen sus objetivos ni que sean compatibles. Por tanto, la recompensa no es evidente.
- Identificar la variable emocional es siempre complejo.

Espacio y valor explícito a la conexión emocional

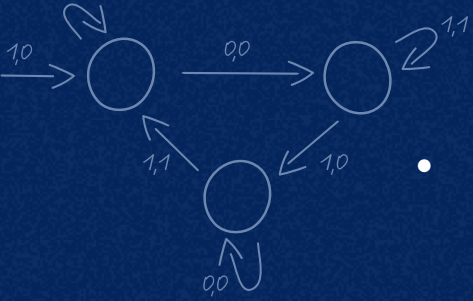
... que sea por una gran persona, has tenido
actos que son pequeños detalles pero muy destacables que no se los he visto
~~...~~ Con estos actos me refiero al minuto de silencios
en honor a la alumna que tristemente nos abandonó o a permitir a los eper-
dientes de la religión musulmana comer en tu horario cuando fue ramadán.

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> Práctica Obligatoria 1   | <input type="checkbox"/> Práctica Obligatoria 2   | <input type="checkbox"/> Práctica Obligatoria 3   | <input type="checkbox"/> Promedio Prácticas   | <input type="checkbox"/> Examen Final   |
| 7,00 | 8,50 | 7,50 | 7,66 | 7,33 |

... veniente por preocupada por nuestro futuro, nuestro desarrollo,
educación, ... El espectacular.

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> Práctica Obligatoria 1   | <input type="checkbox"/> Práctica Obligatoria 2   | <input type="checkbox"/> Práctica Obligatoria 3   | <input type="checkbox"/> Promedio Prácticas   | <input type="checkbox"/> Examen Final   |
| 2,00 | 9,00 | 7,50 | 6,16 | 8,00 |

2. Enfrentamiento directo con emociones



- Enfatizar la posición de Adultos.
- Forzar la participación generalizada y continua.



confianza en sí mismas/os



CLIMA SOCIAL Y EMOCIONAL

CLIMA SOCIAL Y EMOCIONAL

como el ambiente en las clases era agradable, las clases de Derecho Constitucional no me parecían nada pesadas en comparación

| | | | | |
|---|---|---|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Práctica Obligatoria 1 | <input type="checkbox"/> Actividad Voluntaria | <input type="checkbox"/> Práctica Obligatoria 2 | <input type="checkbox"/> Práctica Obligatoria 3 | <input type="checkbox"/> Examen Final |
| 7,00 | - | 6,00 | 5,00 | 8,00 |

gusta su trabajo. Pone interés en la clase e intenta que todos sus alumnos se sientan cómodos e incorporados. Si tienes alguna

3. PROPUESTAS

$$c = \frac{mb + na}{n + m} \text{ or}$$

$$\overline{OC} = \frac{m\overline{b} + n\overline{a}}{m + n}$$

Pedir propuestas → comentarlas y darles valor:



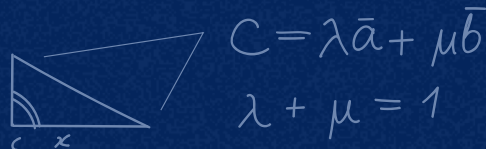
RECONOCER



EMOCIONES



DESCRIBIR













$$C = \lambda \overline{a} + \mu \overline{b}$$
$$\lambda + \mu = 1$$

$$n(\overline{c} - \overline{a}) = m(\overline{b} - \overline{c})$$

PROPUESTAS

Me alegra mucho, me llena de mucha ternura y emoción, ver la pasión que tiene por su trabajo. Se nota bastante afortunadamente, que le gusta, que disfruta de su oficio. Tiene vocación.

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> Práctica Obligatoria 1   | <input type="checkbox"/> Actividad Voluntaria   | <input type="checkbox"/> Práctica Obligatoria 2   | <input type="checkbox"/> Práctica Obligatoria 3   | <input type="checkbox"/> Examen Final   |
| 2,50 | - | 5,00 | 4,50 | 6,85 |

4. Orientar el análisis teórico-argumentativo de cuestiones que suscitan/apelan a emociones, para realizar un análisis técnico.

RECONOCER EMOCIONES:

- Amnistía
- Período de reflexión de 5 días del presidente de Gobierno
- Ley del sí es solo sí
- Caso Rubiales



Análisis técnico de cuestiones que suscitan/apelan a emociones

eran suerte. Los casos que más me han gustado es el hecho de aplicar el derecho en la vida cotidiana y a los distintos conflictos que vivimos diariamente por explicar la parte más técnica. Siempre nos

5. Cómo afecta a mi vida cotidiana la asignatura: los sucesos políticos vinculados a los conocimientos adquiridos (conocimiento obligatorio, como parte de la evaluación de la materia):

$$n(\text{P.V. of } \bar{C} - \text{P.V. of } \bar{A}) = m(\text{P.V. of } \bar{B} - \text{P.V. of } \bar{C})$$

- ❑ Manifestaciones sobre turismo y vivienda en Canarias, y las posibilidades reales de independizarse → *Reparto competencial territorial*
- ❑ El discurso de ultraderecha sobre las instituciones y su capacidad de resolver conflictos en sociedad → *Estado de Derecho*
- ❑ Elecciones en la Universidad y en el Parlamento Europeo → *Democracia y sistema electoral*

La Constitución en mi vida y en los sucesos de actualidad

Sobre las clases creo que están muy bien impartidas, **das muchos ejemplos prácticos de la vida diaria que es realmente lo importante.** Sin embargo,

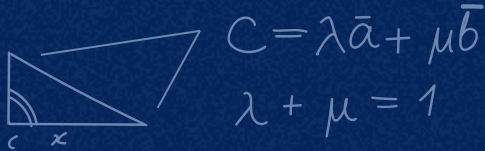
Y ayuda mucho al entendimiento, aprendizaje y seguimiento de las clases el hecho de que las explicaciones vayan relacionadas con noticias de actualidad, pudiendo contrastar la realidad con la teoría. También resaltar la implicación con los alumnos

momento, ha conseguido **acercarnos más a la realidad y a ver la asignatura como algo real, como algo que existe y vivimos en nuestro día a día, y eso es muy bonito.** Muchas gracias por las clases ~~que me ha gustado mucho.~~ Agra-

- Me **ha gustado mucho la dinámica de las clases.** Si hay algo que no deberías cambiar (bajo mi punto de vista) es la forma en la que **mezclas actualidad y noticias con temario.** Hace **las clases más amenas,** y **considero que se interiorizan mejor los conceptos.**

6. Visita y acercamiento a un profesional del Derecho en una institución

A través de un diálogo, no una charla magistral (Letrado del TC + un Diputado y una Jefa de Gabinete)



**TRANSFORMAR
EMOCIONES**

Incertidumbre, miedo al futuro













Entusiasmo, motivación



Visitas a instituciones y sus profesionales

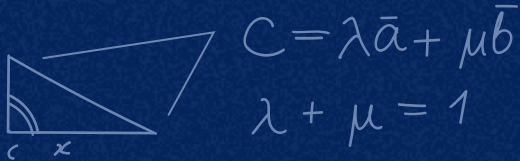
Además, la visita al Congreso ha marcado un antes y un después en los planes que tenía de cara al futuro. Recomiendo que esto se siga haciendo de cara al futuro, porque, aunque ~~para~~ parece una excursión simple con tal de "saltarse" una clase, en el fondo nos acerca un paso más a la realidad y al futuro que nos espera.

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> Práctica Obligatoria 1   | <input type="checkbox"/> Práctica Obligatoria 2   | <input type="checkbox"/> Práctica Obligatoria 3   | <input type="checkbox"/> Promedio Prácticas   | <input type="checkbox"/> Examen Final   |
| 5,50 | 5,00 | 2,50 | 4,33 | 6,50 |

7. Parciales-Prácticas Obligatorias

Parciales-Prácticas Obligatorias (3) que alienten a la intuición y a la creatividad, con espacio para el error y la propia reflexión.

Debatir sobre sucesos de actualidad













CLIMA SOCIAL Y EMOCIONAL

Prácticas Obligatorias

Mi calificación es positiva. Considero que es buena profesora por la forma directa de enseñar, utilizando preguntas para despertar la duda.

siempre me he subestimado. El hecho de que tu te parases a recordarme que soy capaz de hacerlo bien y que tuvieses expectativas en mí ha tenido más impacto en mí del que quizá te llegases a imaginar.

| | | | | |
|--|---|---|---|---|
| Práctica Obligatoria 1   | <input type="checkbox"/> Actividad Voluntaria   | <input type="checkbox"/> Práctica Obligatoria 2   | <input type="checkbox"/> Práctica Obligatoria 3   | <input type="checkbox"/> Examen Final   |
| 6,00 | - | 6,50 | 9,00 | 9,35 |

Sánchez se compromete a que el mundo rural disponga de los servicios básicos a menos de media hora

22.04.2023 | 14:21 horas Por RTVE.es/AGENCIAS



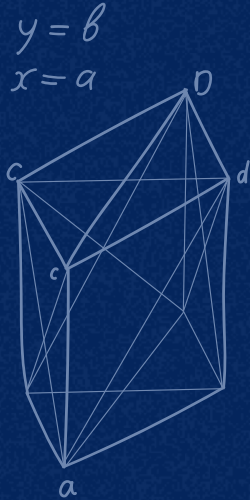
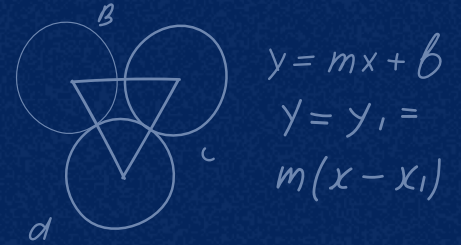
TIEMPO DE LECTURA:  3 min.

El presidente del Gobierno y secretario general del PSOE, Pedro Sánchez, se ha comprometido este sábado a que ningún ciudadano que resida en zonas rurales tenga que desplazarse más de media hora **para acceder a los servicios básicos como la educación o la sanidad**, un hecho que, a su juicio, hará a España "mucho mejor".

Así, Sánchez ha defendido que para lograr la "cohesión social y territorial" el compromiso que sumen como organización es "construir un país donde no haya ni dos, ni tres, ni cuatro velocidades". "Que los ciudadanos, vivan donde vivan, especialmente en el medio rural, **tengan a menos de 30 minutos todos los servicios públicos** esenciales", ha insistido.

- 1.- ¿Qué principio constitucional de la organización territorial del Estado español se refleja en esta noticia? Explique el contenido de ese principio y justifique su aplicación en este caso.
- 2.- Si acaso fuera necesaria la participación de las Comunidades Autónomas ¿Qué podría hacer el Presidente de Gobierno para conseguirla? Justifique y explique su respuesta a ambas cuestiones.

8. ENTUSIASMO



$$n \overline{AC} = m \cdot \overline{CB}$$

TRANSFORMAR EMOCIONES



Del miedo a la motivación

ENTUSIASMO

cuatrimestre. Sus ganas de enseñar se notan y se nos contagian

ameras y te gustan e incluso
no te guste tanto). Las palabras que ha dedicado hoy al alumnado
me ha emocionado y motivado a seguir con esta carrera, en un
futuro me gustaría ser como usted, dar voz por gente que no
puede es lo que siempre he querido hacer y ser que poco a poco
estoy más cerca de ello me emociona y motiva a seguir y sobre todo
por su discurso de hoy.
Judith es excelente.

| | | | | |
|---|---|---|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Práctica Obligatoria 1 | <input type="checkbox"/> Práctica Obligatoria 2 | <input type="checkbox"/> Práctica Obligatoria 3 | <input type="checkbox"/> Promedio Prácticas | <input type="checkbox"/> Examen Final |
| 4,00 | 8,50 | 9,00 | 7,16 | 7,66 |

9. Acompañamiento personalizado

- ❑ Uso de las nuevas tecnologías (nuevas posibilidades en el campus virtual, videoconferencias).
- ❑ Dirigirse siempre por el nombre.
- ❑ Tutorías personales en el despacho.
- ❑ Identificar problemas concretos, de alumnas/os concretas/os.

Acompañamiento personalizado

Este misma forma de dar clase; poco a poco, al ser tan didácticas y sin darnos cuenta, tan personales, han hecho que me motivase a venir y clase a

| | | | | |
|---|---|---|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Práctica Obligatoria 1 | <input type="checkbox"/> Práctica Obligatoria 2 | <input type="checkbox"/> Práctica Obligatoria 3 | <input type="checkbox"/> Promedio Prácticas | <input type="checkbox"/> Examen Final |
| 2,00 | 2,00 | 8,00 | 4,00 | 5,50 |

ARZOBISPO...
SOBRE TODO CREO QUE EL HECHO DE QUE LAS CLASES FUERAN
"PERSONALIZADAS" HIZO QUE MUCHA GENTE, YA INCLUIDA, SE
INTERESARA MÁS POR LAS LECCIONES.

| | | | | |
|---|---|---|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Práctica Obligatoria 1 | <input type="checkbox"/> Práctica Obligatoria 2 | <input type="checkbox"/> Práctica Obligatoria 3 | <input type="checkbox"/> Promedio Prácticas | <input type="checkbox"/> Examen Final |
| 8,50 | 7,50 | 7,00 | 7,66 | 8,00 |

$$n(\text{P.V. of } \bar{C} - \text{P.V. of } \bar{A})$$
$$m(\text{P.V. of } \bar{B} - \text{P.V. of } \bar{C})$$

Nuevas Hipótesis



**Refinar
herramientas
cualitativas para
medir la variable
emocional.**



**Disgregar
emociones por sexo**



**Formación del
profesorado en
neurociencia
afectiva.**

$$\mu = 1$$

$$\frac{cd + ad}{n + m}$$

$$\frac{c}{3} = \frac{m}{n}$$

Gracias

¿Alguna pregunta?

