

CdP

Cuadernos de Pedagogía
Abril 2025 n.º 563

Directora
Carmen Pellicer

Crédito de portada
Siro López

Visual Thinking
María Batet

Consejo asesor
María Batet, Roser Batlle, Juan Bueno, Nuria Camuñas, Alejandro Dolz García, Mariano Fernández Enguita, Fernando García Páez, Alfonso González Hermoso, Carmen Guaita, Jesús C. Guillén, Enric Juan, Rosa López, Florencio Luengo, Carlos Magro, Jesús Manso, José Antonio Marina, David Martín Díaz, Santiago Moll, Jesús Jiménez Sánchez, Siro López, Dolores Reig Hernández, Fernando Trujillo y Martín Varela

Redacción
Gerente de Publicaciones:
Fernando Cameo Bel
Coordinación y Redacción:
Ana Camarero Gómez,
Silvia León Ermo
Correo-e: ES-DL-Cuadernos@aranzadilaley.es
Jefe de Publicidad:
Juan Manuel Castro Higuera

Control de difusión
Edición Electrónica:
<http://www.cuadernosdepedagogia.com>
www.facebook.com/cuadernosdepedagogia
[@CuadernosP](https://twitter.com/CuadernosP)

Depósito Legal: M-15120-2012
ISSN Impreso: 0210-0630
ISSN Electrónico: 2386-6322

Diseño, Preimpresión e Impresión
Aranzadi LA LEY S.A.U.
Printed in Spain

Cuadernos de Pedagogía no hace necesariamente suyos las opiniones y los criterios expresados por sus colaboradores. Cuadernos de Pedagogía no devolverá los originales que no solicite previamente, ni mantendrá correspondencia sobre los mismos.

© Aranzadi LA LEY S.A.U.

Todos los derechos reservados. A los efectos del art. 32 del Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba la Ley de Propiedad Intelectual, Aranzadi LA LEY S.A.U., se opone expresamente a cualquier utilización del contenido de esta publicación sin su expresa autorización, lo cual incluye especialmente cualquier reproducción, modificación, registro, copia, explotación, distribución, comunicación,

transmisión, envío, reutilización, publicación, tratamiento o cualquier otra utilización total o parcial en cualquier modo, medio o formato de esta publicación.

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la Ley. Diríjase a Cedro

(Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

El editor y los autores no aceptarán responsabilidades por las posibles consecuencias ocasionadas a las personas naturales o jurídicas que actúen o dejen de actuar como resultado de alguna información contenida en esta publicación.

Aranzadi LA LEY S.A.U.
C/ Collado Mediano, 9
28231 Las Rozas (Madrid)
Tel: 91 602 01 82
e-mail: clienteslaley@aranzadilaley.es
<https://www.aranzadilaley.es>



Sumario



03

Editorial

La compleja tarea de darse a conocer

Carmen Pellicer



06

Firmas

Educación Superior en el crecimiento económico de México

José Antonio Villalobos López

08

Retos y desafíos de la dualización de la formación profesional

Mónica Torres Sánchez



11

A fondo

La figura de la coordinación TIC en los centros escolares

Vicente Gabarda Méndez



18

Campus abierto

Coeducación emocional a través del teatro

Esther Uriarte, Sandra Rodríguez Miguel, Amaia Lojo Novo, Jon Berastegui Martínez y David Alvear Morón



24

EducaFP

Tecnificación del sector de la construcción y sostenibilidad energética

Inmaculada Jiménez Ledo

32

Entrevista

José María Luzárraga

Carmen Pellicer

42

Reportaje

Experiencias de codocencia:
desafíos en el camino de la
personalización del aprendizaje

Fernando Donaire

48

POR EL MUNDO: Innovaciones Educativas Disruptivas

Educación en Singapur:
entre la excelencia y la presión

Pedro Yedra Contreras

54

Hecho en el aula

54

INFANTIL

Un árbol alto pinta una nube

Fernando González Clavería

60

ESO

La invención de Hugo Cabret:
el poder de la imaginación
en la literatura y el cine

María José Martínez Garrote

74

Tema del Mes

¿Cómo mejorar el
posicionamiento de las
escuelas?

Fernando Donaire

78

La historia del marketing para
instituciones educativas: evolución y
aportes significativos

Juan Manuel Manes

84

Marketing educativo: posicionamiento
estable y diferencial en un mundo en
constante cambio

Marta Baeza Escudero

91

El liderazgo compartido: clave para un
marketing educativo eficaz

Anabel Valera Ibáñez

97

El personal de tu centro: influencers
o haters. Claves en la comunicación
interna

Loles Sancho Martí

103

El uso estratégico de los emojis
en las organizaciones

Gustavo Cusot y Andrea Doménica Peralta

108

Gestión de intangibles y marketing
de instituciones educativas

Juan Manuel Mora y Sergio Destito

116

Desafíos actuales del marketing
educativo en la era de la IA

Dr. Víctor Nuñez Fernández
y Dr. Fernando Checa García

124

Imagine

@_Sirolopez_

126

Aula Tpack

La conexión entre lectura y escritura:
equilibrando herramientas de IA y
pensamiento crítico en el aprendizaje

Dolors Reig Hernández

129

Fuera de la escuela también se educa

Marca personal, profesional
y embajadores de la marca

Juan Carlos Cubeiro

131

Maletín de recursos

Recursos para trabajar STEAM
en el aula

Manu Velasco

135

Profesores excelentes

Daniel Turienzo

Fernando Donaire

138

Para próximos números



La compleja tarea de darse a conocer

The complex task of making yourself known

Palabras clave: Estrategias. Marketing. Educación. Comunicación. Familias. Cultura organizacional. Escuelas.

Keywords: Strategies. Marketing. Education. Communication. Families. Organisational culture. Schools.

*«No me digas lo bien que lo haces,
dime lo bueno que me hace cuando lo utilizo»*
Leo Burnett. Ejecutivo publicitario estadounidense
(1891-1971)

Termina el periodo de solicitud de matrícula para el curso que viene en muchas comunidades españolas. Este año, con la bajada de natalidad es un verdadero maratón, sobre todo en las regiones más despobladas...

En el curso 1999-2000 (1), el número total de alumnos matriculados en Enseñanzas de Régimen General -Educación Infantil, Primaria, Educación Especial, ESO, Bachillerato y Formación Profesional- alcanzaba los 6.972.500. De estos, el 68,28% cursaban en centros públicos y el 31,72% en centros privados. Veinticinco años después, el curso 2024-2025 tiene inscritos 8.337.537 estudiantes, de los cuales, el 66,9% cursan en centros públicos, el 24,4% en concertados y el 8,8% en privados, según el informe Datos y cifras Curso escolar 2024-25 (2). La población estudiantil en estas etapas educativas se ha incrementado a

lo largo de esos años en 1.365.037 alumnos, un número bajo si tenemos en cuenta que en el año 1999 había censadas 40.470.182 de personas en España, frente a las 48.797.875 del 2024. Un aumento de la población que no se refleja en el número de nacimientos que ha ido disminuyendo progresivamente, siendo su número de 380.130 en 1999 frente a los 322.034 del 2024 (3). Un hecho que impacta directamente en los centros educativos y en la manera en que desarrollan estrategias para no sufrir la "despoblación" en sus aulas.

Así, las escuelas nos hemos acostumbrado a 'vendernos' un poco mejor cada año, con una cierta resistencia mental. Parecía que era cosa de los centros totalmente privados, que invierten en publicidad con regularidad, pero, cada vez más, nos afecta a todos sin que nos sintamos muy cómodos con ello. ¿Por qué tenemos que hacer publicidad para seguir manteniéndonos vivos, bien sea por la