

Emprendimiento, Comunicación y TIC en Educación Secundaria

F. Medina¹, A.J. Briones², E. Hernández²

¹ Universidad Politécnica de Cartagena, Facultad de Ciencias de la Empresa, C/ Real nº 3, 30201 Cartagena, medinavidal1@hotmail.com

² Universidad Politécnica de Cartagena, Facultad de Ciencias de la Empresa, C/ Real nº 3, 30201 Cartagena

En Educación Secundaria, los centros docentes, como cualquier tipo de organización, para hacer frente a los constantes cambios que surgen en el sistema educativo, requieren una cierta estructura organizativa y una cultura escolar que desarrolle el emprendimiento e innovación como condición imprescindible para que se materialicen estas transformaciones [1]. En la sociedad de la información y el conocimiento actual, es necesario impulsar una praxis educativa innovadora enfocada al emprendimiento [2], con el fin de que los jóvenes alcancen una formación integral y desarrollen aptitudes y habilidades que ayuden a su futura inclusión en el mundo laboral. La entrada de nuevos aprendizajes enfocados al emprendimiento requieren de una serie de competencias como la creatividad, la comunicación y el liderazgo que se expresan por medio de la cultura de la escuela y que influirán en el éxito o fracaso de las innovaciones que se proponen [3].

Para difundir el emprendimiento entre los jóvenes se debe desarrollar una educación emprendedora desde los centros escolares y, se debe fomentar el espíritu y la cultura emprendedora [4]. La comunicación y las TIC son relevantes en los procesos de innovación de las escuelas, donde los docentes interactúan entre sí y con sus alumnos a diario. La comunicación influye en el comportamiento de todos los miembros de la escuela a la hora de enfrentarse a nuevos retos impuestos por la implantación del emprendimiento en el aula. A través de los procesos comunicativos, profesores y alumnos intercambian datos, procesan la información referente al mundo real de empresa, la interpretan y son capaces de asignarle un significado. Para fomentar el emprendimiento se están utilizando herramientas audiovisuales con el fin de integrarlo en el aula. Además, existe una combinación de habilidades específicas y técnicas avanzadas con respecto al uso de las TIC para conjugar las habilidades del emprendedor en la promoción de campañas de marketing social que involucren a las empresas y a los medios de comunicación [5].

Referencias

- [1] García, A.A., Ruiz, J.P.P., Cano, S.C. y González, C. (2014). La cultura organizacional y emprendedora en los centros educativos. *Revista de Psicología*, 4(7), 93-108.
- [2] Pérez, M.A. (2015). Palabras inaugurales en Primer Foro Multidisciplinario de Innovación y Emprendimiento. *Revista Científica FAREM-Estelí*, 15, 64-67.
- [3] Ortega, P., Ramírez, M., Torres, J., López, A., Servín, C., Suárez, L. y Ruiz, B. (2007). Modelo de innovación educativa. Un marco para la Formación y el desarrollo de una cultura de la Innovación. *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 10(1), 145-173.
- [4] Alemany, L, Álvarez, C., Planellas, M. y Urbano, D. (2011). *Libro Blanco de la iniciativa emprendedora en España*. Barcelona, España: Fundación Príncipe de Girona.
- [5] Marín, S. y Moreno, I. (2007). La educación y el espíritu emprendedor. En S. Marín, F. Ballina y J. Tagua (Coord.). *Las competencias profesionales relacionadas con las TIC y el espíritu emprendedor* (pp. 9-68). Madrid, España: Ministerio de Educación y Ciencia.