

INTERNATIONAL WEEK CEU: UNA SEMANA DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA UNIVERSITARIA

Cristina JARAMILLO-SÁNCHEZ

Sara RUIZ-GÓMEZ

Ángela ÁVILA-PEIRÓ

Universidad San Pablo-CEU, CEU Universities

1. INTRODUCCIÓN

La Semana Internacional 2024, celebrada del 5 al 7 de marzo en la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Pablo CEU, ha consolidado una vez más su papel como un evento clave para la internacionalización y el enriquecimiento del aprendizaje académico. En esta edición, la Facultad acogió a trece profesores internacionales provenientes de Alemania, Italia, Países Bajos, Polonia, Reino Unido y Uruguay, quienes compartieron sus conocimientos y experiencias con más de 200 alumnos de los primeros tres años de los grados en inglés de Comunicación Digital, Comunicación Audiovisual, Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas.

Durante estos tres días, los estudiantes tuvieron la oportunidad de participar en clases y talleres que abordaron una amplia variedad de temas de vanguardia. Los profesores invitados se centraron en aspectos tan diversos como el periodismo móvil, el *design thinking*, la creatividad, las plataformas de vídeo *on demand*, el futuro de la televisión, el impacto de los medios y las redes sociales en la política, los robots y la salud mental, la moda digital y el metaverso. Esta diversidad temática no solo proporcionó a los alumnos una visión amplia y actualizada de las tendencias en sus respectivos campos, sino que también fomentó un entorno de aprendizaje dinámico y colaborativo.

La Semana Internacional, una iniciativa ya consolidada gracias a sus quince años de trayectoria, no solo beneficia a los estudiantes, sino también a los profesores de la Facultad, quienes pueden conocer las principales tendencias de investigación y prácticas educativas en el ámbito global. Además, la agenda cultural diseñada para los profesores y el personal invitado incluye actividades extracurriculares que facilitan el intercambio cultural y académico. Estas actividades no solo fortalecen los lazos con las universidades socias, sino que también promueven la difusión de la cultura española.

En resumen, la Semana Internacional 2024 ha demostrado ser un pilar fundamental en la estrategia de internacionalización de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación, ofreciendo a los estudiantes y profesores una valiosa oportunidad para ampliar sus horizontes académicos y culturales.

2. OBJETIVOS

Los objetivos perseguidos mediante la actividad son los siguientes:

En primer lugar, y de forma global, se busca fomentar la internacionalización del aprendizaje. Para ello, se pretende analizar la importancia de la Semana Internacional en la experiencia educativa de los estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación. Asimismo, resulta esencial evaluar el impacto de la presencia de profesores internacionales en el enriquecimiento del proceso de aprendizaje de los alumnos.

Del mismo modo, se busca desarrollar competencias en áreas de comunicación innovadoras. Al incorporar las temáticas abordadas antes mencionadas durante las clases impartidas por los profesores invitados se pretende incorporar perspectivas alternativas a las habituales en los seminarios. Con ello, además, se quiere identificar las principales tendencias de investigación y desarrollo en las áreas de Comunicación Digital, Comunicación Audiovisual, Periodismo y Publicidad y RR.PP.

Fortalecer la relación con universidades socias y promover el intercambio cultural y académico a través de la agenda cultural.

Difundir la cultura española a través de las actividades culturales realizadas fuera del horario académico.

Impulsar el conocimiento de los desafíos actuales y futuros en comunicación desde la perspectiva de otros países a través de los temas tratados durante la Semana Internacional, como el impacto de las redes sociales en la política y la salud mental en la era digital.

Reflexionar sobre cómo estos temas influyen en la formación académica y profesional de los estudiantes.

Identificar oportunidades para futuras colaboraciones y proyectos conjuntos que puedan surgir a raíz de la Semana Internacional.

Fomentar la implicación de los alumnos en las actividades programadas, haciéndoles partícipes de ellas e incentivando su interés por las tendencias internacionales en comunicación.

Desarrollar habilidades críticas y analíticas a través de la interacción con profesores de diferentes culturas y contextos académicos.

Estos objetivos están diseñados para proporcionar una comprensión integral de los beneficios y el impacto de la Semana Internacional 2024 en la formación de los estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Pablo CEU.

3. METODOLOGÍA

La metodología empleada para el diseño de la Semana Internacional fue esencialmente de carácter cooperativo¹, ya que se contó con la participación de distintos colectivos para su consecución. Intervinieron equipos de trabajo del Vicerrectorado de Internacionalización de la Universidad San Pablo CEU, así como el personal que forma parte de la Oficina Internacional de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación. Profesores que imparten su docencia en los distintos grados, principalmente los que lo hacen en inglés, también colaboraron en el proceso de trabajo.

Para invitar a los participantes, se revisó la lista de universidades con las que la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación tiene convenio y entre noviembre y diciembre de 2023 se enviaron por correo electrónico invitaciones personalizadas a profesores recomendados por los propios alumnos del CEU que habían estado de intercambio en años anteriores, y otras genéricas a coordinadores internacionales de universidades socias para que hicieran extensiva la invitación a su personal docente.

El encuentro de distintos profesores y profesionales de las instituciones con las que se firman convenios permite, además, dar a conocer las universidades a los futuros estudiantes que las podrán seleccionar como destino de sus movilidades. Facilita también aplicar una formación ajustada a la diversidad del aula. Como indicaba Robinson² son múltiples las inteligencias que se dan cita en las aulas y la variedad de la oferta de la Semana Internacional favorece, con sus distintos seminarios y talleres más prácticos, atender a las distintas necesidades de los grupos de estudiantes.

¹ Fernando CEMBRANOS y José Ángel MEDINA (2004).

² Ken ROBINSON (2015).

Son una estrategia más, como indica Ausubel, para dinamizar el aprendizaje:

«Con frecuencia, la mejor manera de enseñar a un estudiante no motivado consiste en desentenderse, de momento, de su estado motivacional, y concentrarse en enseñarlo tan eficazmente como sea posible. De toda manera, y a pesar de la falta de motivación, sobrevendrá algún aprendizaje; y de la satisfacción inicial es de esperarse que se desarrolle la motivación para aprender más; por consiguiente, como sea posible»³.

Una vez recibida respuesta por parte de las universidades socias y seleccionados los participantes se les envió un cuestionario *online* a través de la herramienta Forms de Microsoft en la que se les pedía información para el incluir en el dossier como su biografía, nombre de la conferencia y fotografía, así como otros datos más prácticos de cara a la organización del grupo como el día y hora de llegada y salida, asistencia a los desayunos, comidas, cenas y actividades programadas, alergias e intolerancias alimentarias.

A partir de la información facilitada por los participantes, se realizó un dossier de la Semana Internacional, que se envió por *e-mail* a los invitados junto con el programa provisional para que lo validaran. También se informó por esta vía desde el decanato de la Facultad del programa, tanto a estudiantes como profesores que debían asistir a las diferentes sesiones. A algunos de estos docentes se les asignó la labor de asistencia al profesor invitado para apoyarlo en caso de surgir algún problema con los recursos tecnológicos o de cualquier otro tipo.

Para el planteamiento de las sesiones y de la agenda social del evento se revisaron los diseños de cursos anteriores y se incorporaron nuevos encuentros y localizaciones para las actividades culturales. Asimismo, para agilizar las sesiones y asegurar su correcto desarrollo se creó un grupo de Teams para cada grupo de alumnos en el que se cargaron previamente las presentaciones de los profesores correspondientes para que tuvieran acceso a ellas a través de las pantallas táctiles de las aulas.

Finalmente, una vez concluida la Semana Internacional se enviaron encuestas de satisfacción *online*, a través de la herramienta Forms de Microsoft a los participantes invitados, a los alumnos y a los profesores de la facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación del CEU.

4. RESULTADOS

La Semana Internacional 2024 de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Pablo CEU se ce-

³ David AUSBEL (1983), p. 350.

lebró del 5 al 7 de marzo en el edificio principal de la Facultad, situado en la calle Paseo de Juan XXIII, 8-10, de Madrid. En ella participaron un total de 13 profesores invitados procedentes de Italia, Países Bajos, Reino Unido, Polonia, Alemania y Uruguay.

La cartelería se encargó al HUB de la Facultad, que actúa como agencia de comunicación de la misma. El alumno Luis Martín-Portugués, del 2.º curso del grado simultáneo en Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas, fue el encargado de realizar el cartel y el folleto informativo. El día de su llegada se obsequió a todos los participantes con un regalo adquirido a través del departamento de Protocolo de la Fundación Universitaria San Pablo CEU.

FIGURA 1. CARTEL DE LA SEMANA INTERNACIONAL 2024, POR LUIS MARTÍN-PORTUGUÉS



A las conferencias asistieron más de 200 estudiantes pertenecientes a los grados de Comunicación Audiovisual, Comunicación Digital, Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas, principalmente de los grados impartidos en inglés, aunque también se habilitó un aula para los alumnos de español interesados. Asimismo, se habilitó otra aula para hacer *networking* entre el profesorado del CEU y las universidades invitadas durante la pausa del café.

Asimismo, se invitó a todos los profesores asistentes a desayunar y comer en la cafetería de la facultad durante los tres días que duró el evento. Y se organizaron actividades culturales por la tarde extracurriculares para dar a conocer a los asistentes la cultura española.

4.1. Limitaciones y dificultades

Entre las principales limitaciones y dificultades que encontramos en la organización del evento se encuentran las siguientes:

Problemas de financiación de profesorado de las universidades de Reino Unido, ya que no cuentan con fondos Erasmus, no obstante, logramos que aceptaran la invitación dos profesores provenientes de la Universidad de Westminster de Londres, financiados con fondos propios de la universidad.

Formación de grupos homogéneos entre el alumnado por grado, ya que, generalmente, conviven en la misma aula estudiantes de diferentes grados. Esto hizo que en la encuesta de satisfacción sea precisamente este punto, *c*, el peor valorado por los alumnos.

Dos semanas antes de la Semana Internacional, cuando ya estaban los horarios cuadrados, dos de los participantes que habían confirmado asistencia declinaron la invitación, por razones ajenas a su voluntad, por lo que hubo que rehacer los horarios de las sesiones en los diferentes grupos.

Asimismo, hubo que reajustar los horarios una vez realizados ya que algunos de los participantes no podían estar en Madrid los tres días que duraba la Semana Internacional debido a los horarios de sus vuelos o a otros compromisos internacionales en las mismas fechas.

4.2. Conferencias y perfil de los participantes de la Semana Internacional

Nello Barille - IULM, Italia

Don't Believe the Hype! Exploring new trends of communication from the Metaverse to Generative AI and Deepfakes

Profesor Asociado en el Departamento de Comunicación de la Universidad IULM (Milán), especializado en Sociología de los Medios y Sociología de la Moda. Sus intereses de investigación abarcan la sociología de los medios y la comunicación, la cultura, la moda, el consumo y la política. Ha publicado numerosos libros, artículos y ensayos cortos. Actualmente, está investigando las relaciones entre la cultura, el poder y los medios emergentes en un ecosistema digital centrado en el cliente.

Gema Fernández Blanco - HU Utrecht, Países Bajos

Robotic personality and mental health

Psicóloga clínica, profesora e investigadora radicada en los Países Bajos, especializada en el campo de la Interacción Humano-Computadora (HCI), específicamente en el estudio y diseño de emociones artificiales y personalidad robótica.

Maurice Hamming - Hanze, Países Bajos

Mobile Journalism. Film, edit and live stream from your pocket

Profesor a tiempo parcial en la Universidad de Ciencias Aplicadas Hanze. Allí imparte clases de Comunicación Visual a estudiantes internacionales de comunicación, así como en la especialidad de Periodismo. Además, tiene su propia empresa de fotografía y videografía desde hace unos diez años. Sus clientes varían mucho, desde ayuntamientos hasta restaurantes. También es uno de los editores *freelance* y creadores de contenido para un sitio web de noticias regional en su ciudad natal.

Silvina Hipogrosso - ORT Uruguay

Design Thinking Workshop

Diseñadora de productos y servicios centrada en impulsar y guiar a las organizaciones en su crecimiento mediante la promoción de la creatividad, la identificación de oportunidades y la implementación de estrategias para impulsar la innovación. Fascinada por la tecnología, con un profundo interés en proyectos innovadores y sostenibles. Colaboradora, comunicadora y gran defensora de enfoques de diseño centrados en el ser humano.

Wim Honders - Amsterdam, Países Bajos

Unboxing': unwrapping visual & creative concepts

Trabajó como profesor universitario y como director creativo en diversas agencias de publicidad holandesas, lo que permitió establecer un puente entre la academia y la industria creativa. Actualmente, se desempeña como consultor visual, investigador y emprendedor en la industria creativa, realizando talleres y *coaching* corporativo con organizaciones y marcas. Sus especialidades son la comunicación visual (fotografía, cine, video y semiótica) desde una perspectiva intercultural, así como las artes visuales y el pensamiento creativo.

Andrea Miconi - IULM, Italia

How Netflix is not creating a common European culture. A research on what Europeans watch on VOD platforms

Doctor en Filosofía, Profesor de Sociología de los Medios en la Universidad IULM de Milán y el Investigador Principal del proyecto Horizon EUMEPLAT: Plataformas de Medios Europeas: Evaluación de Externalidades Positivas y Negativas para la Cultura Europea. Anteriormente, fue Coordinador del proyecto PAGES: Periodismo Post-crisis en la Libia Post-crisis. Su último libro es ‘Los Sistemas de Medios en Europa. Continuidades y Discontinuidades’ (Sylianos Papathanassopoulos, Springer, 2023).

Jakub Nowak - Maria Curie-Sklodowska, Polonia

Internet memes are serious business: politics of popular culture online

Doctor en Filosofía, Profesor Asociado en el Instituto de Estudios de Comunicación y Medios de la Universidad Maria Curie-Sklodowska en Lublin. Sus principales temas de investigación (y enseñanza) son: cultura popular en línea, sociología de las prácticas mediáticas, mediación y dataficación.

Giancarlo Pazzanese - HU Utrecht, Países Bajos

Digital Fashion: From fabrics to pixels

Comenzó un estudio de diseño visual en 2008 y en 2018 inició su trayectoria como profesor en la Amsterdam Fashion Academy, compartiendo su experiencia en estudios culturales y habilidades digitales. En 2022, obtuvo su maestría en Innovación y Educación, donde desarrolló un programa de formación en diseño de moda 3D. Actualmente, trabaja como profesor de cultura mediática, inteligencia artificial y web3 en la Universidad de Ciencias Aplicadas en Utrecht.

Miriam Schnick - Ludwig Maximilian University of Munich, Alemania

Working for (international) media institutions. Which institutions are important, who works there and what do they actually do all day?

Desde 2014, coordinadora internacional y profesora para estudiantes de intercambio en el Departamento de Medios y Comunicación de la Universidad Ludwig-Maximilians (LMU) en Múnich, Alemania. Antes de su etapa como profesora trabajó en una emisora de radio local en Múnich.

Dough Specht - Westminster University, Reino Unido

Media, Activism and Politics: How the media can change the world

Geógrafo cultural y educador. Su investigación explora temas relacionados con la justicia ambiental, los derechos humanos y el ac-

ceso a la educación, con un enfoque en la producción y codificación del conocimiento a través de artefactos cartográficos y en entornos educativos.

Tijn Visser - Inholland, Países Bajos

Surrounded by Idiots. And how to deal with it

Trabajó en televisión durante más de una década antes de comenzar como profesor. Hizo programas para la televisión nacional, documentales y también contenido en línea para multinacionales. Ahora disfruta mucho trabajando junto con los estudiantes, en el pensamiento conceptual, la producción de televisión y la mejora del trabajo en equipo.

Natalie Walter - Westminster University, Reino Unido

Breaking Boundaries: How technology is shaping the future of TV content

Profesora de Periodismo Documental en Televisión, Producción y Dirección. Productora/Directora multifacética y productora de edición con habilidades para filmar, especializada en documentales de televisión galardonados en *prime time* con contenido factual y no guionado para los principales canales de Reino Unido. Con amplia experiencia en documentales observacionales complejos con alto contenido editorial y acceso sensible.

Anita Zawiska - University of Warsaw, Polonia

European film competitiveness based on the Polish film market

Profesora asistente en la Universidad de Varsovia, Polonia. Completó estudios doctorales en investigación cinematográfica y audiovisual. Sus intereses incluyen el cine socialmente comprometido, la competitividad del mercado cinematográfico polaco y la investigación de la imagen. También tiene experiencia académica en la preservación del patrimonio cultural de Polonia y ha participado en varios festivales de cine en Polonia y otros países europeos (por ejemplo, el Festival de Cine de Cannes).

4.3. Sesiones

A lo largo de la semana, y como se refleja en la figura 2, las sesiones se distribuyeron en distintas aulas. Los invitados dieron la misma charla en tres grupos diferentes, idealmente una vez al día, aunque, como se ha comentado en el apartado de limitaciones y dificultades, por motivos personales algunos llegaron más tarde o tuvieron que irse antes, por lo que tuvieron que impartir dos sesiones el mismo día y, del

mismo modo, para cubrir sus huecos otros participantes tuvieron que hacer doblete también algunos de los días.

FIGURA 2. HORARIO DE LAS SESIONES



Los estudiantes que disfrutaron del evento están matriculados, principalmente, en grados que se imparten en inglés y todas las conferencias a las que asistieron fueron impartidas en ese idioma. No obstante, con el fin de hacer el evento más inclusivo para todos los estudiantes de la Facultad y dado el alto nivel de inglés de la mayoría de ellos, se habilitó también un aula para los estudiantes de grados en español, en la que tres de las conferencias se impartieron en ese idioma, dado que algunos de los conferenciantes eran de origen español o latino.

A cada grupo de alumnos se le facilitó un horario con sus sesiones por *e-mail* para que supieran exactamente a qué aula tenían que acudir. Para estructurar las sesiones, se trató que las conferencias de cada grupo estuvieran lo más relacionadas posible con el grado de los alumnos, asegurando primero que cada grupo tuviera en su programa todas las charlas relacionadas con su grado, y completando el horario con otras enfocadas a diversos temas de comunicación.

Los alumnos de la asignatura de Redes sociales de 1.º curso, impartida de forma transversal en todos los grados, cubrieron el evento a través de los perfiles de Instagram y Tik Tok de la Facultad con el fin de dar difusión al evento a través de directos y entrevistas a los ponentes, entre otros contenidos.

4.4. Actividades culturales

Con el fin de complementar el programa académico de la Semana Internacional y fomentar la socialización entre los invitados y los participantes de la misma, se organizaron las siguientes actividades culturales enfocadas a dar a conocer la cultura y la gastronomía españolas.

Todos los invitados recibieron por *e-mail* el programa de actividades acompañado de mapas con las horas y puntos de encuentro correspondientes.

El martes 5 de marzo, antes de comer, se realizó un *tour* por las instalaciones de la facultad, con el objetivo, no solo de que pudieran moverse más libremente por ella durante su estancia, sino con el fin de atraer estudiantes de intercambio de sus universidades. Ya por la tarde, se organizó una visita cultural a las obras maestras del Museo del Prado, dirigida por la profesora de Historia del Arte Sirga de la Pisa.

El miércoles 6 de marzo se realizó un *tour* por el Madrid de los Austrias, también comentado por la profesora Sirga de la Pisa, cuyo punto de partida fue la Puerta del Sol y que finalizó en la Plaza de Ópera, donde esperó un microbús para llevar a los asistentes hasta el restaurante «Ampudia». Antes de cenar, los invitados realizaron una cata de vinos y aceite procedentes de diversas regiones españolas a cargo del profesor Jorge Solana, especializado en gastronomía y enología.

4.5. Encuestas de satisfacción

Tras la celebración de la Semana Internacional 2024 se decidió hacer una encuesta de satisfacción a los participantes, así como a los alumnos y a los profesores de la facultad.

A los profesores invitados se les preguntó por los siguientes aspectos, que tuvieron que calificar con una puntuación máxima de 4:

- Organización e información previa a la Semana Internacional: 4.
- Organización y apoyo durante la Semana Internacional: 4.
- Posibilidad de interacción con profesores de otras universidades: 3,88.
- Interés de los estudiantes durante las charlas: 4.
- Instalaciones e infraestructura de la Facultad: 3,88.
- Comidas: 3,88.
- Visita al Museo del Prado: 3,86.
- *Tour* por el Madrid de los Austrias: 4.
- Cena de despedida y cata de vinos: 4.

En cuanto a los estudiantes, calificaron sobre un máximo de 4 puntos con un 2,75 la organización; con un 2,65 el interés de las sesiones; con un 2,40 la relación de las charlas con sus grados, y con un 2,85 la posibilidad de interactuar con los profesores invitados. Las dos sesiones favoritas de los alumnos resultaron ser *Mobile Journalism. Film, edit and live stream from your pocket*, de Maurice Hamming y *Surrounded by Idiots. And how to deal with it*, de Tijn Visser.

Los profesores de la Facultad de Humanidades calificaron también sobre 4 los siguientes aspectos: la organización con un 3,71; la posibilidad de interactuar con los invitados con un 3,71; el interés de los estudiantes de los grados internacionales con un 2,61 y el de los grados en español con un 1,93 (en este apartado hay que tener en cuenta que prácticamente todas las charlas se dieron en inglés); el nivel académico de las charlas lo valoraron con un 3,10 y el material informativo (folleto, cartelería y dossier) con un 3,47.

5. CONCLUSIONES

A partir de los resultados obtenidos tras la celebración de la Semana Internacional 2024 se concluye que este tipo de iniciativas docentes contribuyen a la internacionalización del aula, aportando a los alumnos experiencias diferenciadoras y enriquecedoras en sus respectivos grados. Asimismo, contribuye a reforzar los vínculos entre universidades de distintos países y a difundir entre los socios la actividad de la universidad anfitriona, en este caso la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Pablo CEU.

La participación de trece distinguidos profesores internacionales provenientes de Alemania, Italia, Países Bajos, Polonia, Reino Unido y Uruguay ha sido clave para proporcionar a nuestros estudiantes una experiencia académica y cultural enriquecedora. Más de 200 alumnos de los grados en Comunicación Digital, Comunicación Audiovisual, Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas se beneficiaron de clases y talleres sobre temas de gran relevancia actual. Durante tres días, los estudiantes tuvieron la oportunidad de explorar áreas como el periodismo móvil, el *design thinking*, la creatividad, las plataformas de vídeo *on demand*, el futuro de la televisión, el impacto de los medios y las redes sociales en la política, los robots y la salud mental, la moda digital y el metaverso. Esta diversidad temática no solo amplió sus horizontes académicos, sino que también los preparó mejor para enfrentar los desafíos profesionales del futuro.

Por otro lado, se fomentó la transversalidad entre asignaturas y la implicación de los alumnos en la organización del evento a través del HUB con el diseño de cartelería y folletos y de los alumnos de 1.º curso de todos los grados cubriendo el evento para la asignatura de Redes sociales.

De las encuestas de satisfacción se extrae que los invitados valoraron muy positivamente tanto la organización de las sesiones académicas como las actividades culturales. Asimismo, los profesores implicados y los estudiantes que recibieron las charlas se mostraron satisfechos con el desarrollo de la Semana Internacional.

Además, la agenda cultural y las actividades extracurriculares diseñadas para los profesores y el personal invitado facilitaron un valioso intercambio cultural y académico. Estas actividades fortalecieron los lazos entre nuestra Facultad y las universidades socias internacionales, promoviendo la difusión de la cultura española y enriqueciendo la experiencia de todos los participantes. Este tipo de iniciativas son esenciales para fomentar una comprensión más profunda y global de las diversas culturas, algo fundamental en el mundo interconectado de hoy.

El ambiente que se generó entre los participantes y organizadores durante los tres días que duró el evento fue extraordinario, prueba de ello es que han continuado en contacto, organizando movilidades entre el profesorado y otras colaboraciones académicas y de investigación. Este aspecto demuestra cómo estas actividades contribuyen a hacer *networking* entre el profesorado de universidades de distintos países, promoviendo la internacionalización, el conocimiento en torno a diferentes metodologías y la investigación.

6. AGRADECIMIENTOS

El éxito de la Semana Internacional 2024, celebrada en la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Pablo CEU, no habría sido posible sin el invaluable apoyo y dedicación del Vicerrectorado de Internacionalización de nuestra universidad. En este apartado, queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento por su papel fundamental en la organización y realización de este evento, así como en la ponencia presentada a este congreso. Su compromiso con la internacionalización y el desarrollo académico ha sido una inspiración para todos nosotros, demostrando el verdadero espíritu de colaboración y dedicación a la educación superior.

Asimismo, extendemos nuestro agradecimiento al Vicedecanato de Internacionalización de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación por contribuir a la financiación del evento y a su comunicación entre profesores y alumnos, y al Vicerrectorado de Estudiantes por su apoyo en la financiación de las actividades culturales.

El éxito de la Semana Internacional y de la ponencia presentada refleja el esfuerzo conjunto de todos los involucrados y, especialmente, la visión y el liderazgo del Vicerrectorado de Internacionalización. Gracias a su dedicación y esfuerzo, hemos logrado ofrecer a nuestros estudiantes y profesores una experiencia académica y cultural inigualable, fortaleciendo así nuestro compromiso con la excelencia académica y la internacionalización de nuestra facultad.

7. REFERENCIAS

- AUSUBEL, David (1983). *Psicología educativa*, Ciudad de México, Trillas.
- CEMBRANOS, Fernando, y MEDINA, José Ángel (2004). *Grupos inteligentes. Teoría y práctica del trabajo en equipo*, Madrid, Popular.
- ROBINSON, Ken, y ARONICA, Lou (2015). *Escuelas creativas. La revolución que está transformando la educación*, Barcelona, Grijalbo.