

# Garaje de Jobs

**Proyecto de aprendizaje servicio**

**Agencia de publicidad**



**[garajedejobs.com](http://garajedejobs.com)**

**FGS Marketing y publicidad**

**Curso 2025-26**

**Garaje de Jobs** consiste en una AGENCIA DE PUBLICIDAD que da servicio a los distintos proyectos desarrollados en el centro educativo IES Honori Garcia de la Vall d'Uixó (Castellón). Se especializa la creación de una página web que dotan de contenido sobre

marketing, en la creación publicidad en diversos soportes (video, cartelería, redes sociales, en el asesoramiento y en la organización y gestión de eventos.

## **¿Quién forma parte de esta experiencia educativa?**

La AGENCIA DE PUBLICIDAD está formada por las/los estudiantes del segundo curso del ciclo superior en Técnico en Marketing y Publicidad. Sin embargo, será el conjunto del alumnado y profesorado del centro (de cualquier nivel) quien también pueda participar y enriquecerse de la experiencia al tener un carácter colaborativo, participativo e inclusivo.

## **¿En qué consiste la experiencia educativa?**

La experiencia consiste en creación y gestión de una **agencia de publicidad** que ayuda al conjunto de proyectos del centro a tener una mayor difusión y efectividad en la comunicación.

La organización consta de 3 fases:

- **Primera fase:** de forma consensuada con el vicedirector del centro, se establecen los proyectos desarrollados durante el curso en el centro en los que la agencia de publicidad va a participar. Se han seleccionado tres proyectos: *Patios Activos, Igualdad e Internalización (Erasmus)*.
- **Segunda fase:** de forma escalonada en el curso académico, acuden a la **agencia de publicidad** buscando ayuda para promover sus acciones las/los coordinadores de cada proyecto con los grupos de trabajo formados por las/los estudiantes implicados (en adelante “las/los clientes”). Las/los estudiantes detallan el conjunto de acciones a desarrollar para llevar a cabo su proyecto y la **agencia de publicidad** toma nota del encargo a realizar.
- **Tercera fase:** a partir de la coordinación entre tres módulos del ciclo superior de Marketing y Publicidad, el conjunto del alumnado que forma la **agencia de publicidad** desarrollará, para cada petición lo siguiente:

Orden	Módulos implicados	Desarrollo
-------	--------------------	------------

1	Relaciones Públicas y Organización de Eventos de Marketing	<b>Análisis y estudio de la petición. Creación de mensajes significativos (comunicación efectiva). Planificación de cómo se materializará la comunicación y se divulgará.</b>
2	Diseño y Elaboración de Material de Comunicación	<b>Proceso de materialización de la comunicación en medios físicos o / y digitales.</b>
3	Medios y Soportes de Comunicación	<b>Planificación y divulgación de la comunicación en los canales más adecuados para dar la máxima visibilidad a las acciones planteadas por las/los clientes.</b>

## **Metodología**

Se trabaja de forma colaborativa entre los alumnos del grupo de 2º de CFGS Marketing y publicidad, y coordinada con otros grupos del centro, utilizando metodologías de trabajo colaborativo:

### **1. Trabajo colaborativo**

Los alumnos trabajan juntos, compartiendo responsabilidades y aportando sus habilidades para alcanzar un objetivo común.

- Simula el funcionamiento real de una agencia, donde cada rol depende del otro.
- Desarrolla competencias como comunicación, liderazgo, resolución de conflictos y toma de decisiones.
- Fomenta la creatividad colectiva: las mejores ideas surgen del intercambio.

### **2. Aprendizaje práctico**

Aplican de manera directa los conocimientos teóricos en situaciones reales:

- Permite que los alumnos vean cómo lo aprendido en clase se traduce en resultados concretos.
- Mejora la motivación, porque el trabajo tiene un propósito real.
- Prepara para el mundo laboral: enfrentarse a clientes, plazos y problemas reales.

Para ello se realiza una organización de equipos basada en roles específicos que se asignan en función de la tarea a realizar. Las funciones de la realización de la página web se organiza semanalmente tal como se muestra a continuación:

Programació setmana 6/12					
Assignació publicacions:					
Tema	Color	Publicacions	Diseño	RRSS	Fecha
1. La evolución, personalización y el marketing one-to-one	Naranja	Laura V	Albert	Joaquin	13/02 Mañana
2. Uso de la inteligencia artificial en la predicción y prevención del crimen.	Blanco	Hugo	Andrea	Francesc	13/02 Tarde
3. Mejores campañas de San Valentín	Naranja	Laura L	Greta	Alba	14/02 Mañana
4. Tendencias en el marketing B2B e impacto en generación de leads.	Naranja	Lola	Marta A	Ivan	14/02 Tarde
5. Uso de la tecnología en producción y el diseño de la moda, como la impresión 3D.	Blanco	Angela	Albert	Joaquin	15/02 Mañana
6.	Naranja	Marta C	Andrea	Francesc	15/02 Tarde
7.	Naranja	Isabel	Greta	Alba	16/02 Mañana
8. Spotify	-	-	Marta A	Ivan	16/02 Mañana

# EQUIP XARXES SOCIALS



## Funcions del Equip Xarxes Socials

### Anàlisi de Paraules Clau

- Revisar i analitzar les **paraules clau** de cada publicació per assegurar que estan alineades amb els objectius de posicionament i audiència de cada xarxa social.

### Gestió de Publicacions

- Publicar continguts a les següents xarxes socials:
  - Facebook
  - Instagram
  - Threads
  - Twitter
  - LinkedIn
  - Pinterest (*tauler Posts*)
  - Google My Business
  - YouTube

### Creació de Contingut Musical

- Elaborar una **llista de Spotify setmanal** que estigui alineada amb la temàtica i objectius de les publicacions de la setmana.

### Producció de Continguts Multimèdia

- Cada membre de l'equip haurà de crear un **vídeo setmanal** per a les xarxes socials, utilitzant eines i plantilles establertes (*opcionalment proporcionades per l'Equip de Disseny*).
- Garantir que els vídeos siguin originals, rellevants i visualment atractius per a l'audiència.

### Estàndards de Publicació

- Mantenir una coherència de to i estil entre totes les xarxes socials, assegurant que cada publicació estigui optimitzada per a la seva plataforma específica.
- Assegurar que totes les publicacions compleixin amb els estàndards de qualitat i estiguin programades dins dels terminis establerts.



# EQUIP PUBLICACIONS



## Funcions del Equip de Publicacions

### 1. Creació de Continguts

- Cada alumne haurà de redactar i pujar **dos posts setmanals**, assegurant un mínim de **500 paraules per post**.
- Els continguts han d'estar alineats amb els principis de posicionament SEO explicats a classe.

### 2. Optimització SEO amb Yoast

- Abans de publicar, el semàfor de **Yoast** ha d'estar en **verd**, garantint la correcta optimització del contingut.
- Les publicacions han d'incloure **paraules clau** adequades i justificades.

### 3. Revisió i Correcció

- Totes les faltes d'ortografia i errors gramaticals han de ser corregits abans de la publicació.

### 4. Originalitat del Contingut

- No es permet copiar totalment ni parcialment continguts d'altres posts o fonts. Els textos han de ser 100% originals.

### 5. Enfocament Estratègic

- Els posts han de tractar temàtiques rellevants per al projecte, seguint els criteris establerts per les paraules clau i els objectius que han definit l'equip CEO

# EQUIP CEO



## Funcions del Equip CEO

### 1. Gestió de Trello

- Confeccionar i organitzar les tasques als taulers de Trello.
- Actualitzar l'estat de les tasques assignades per garantir un seguiment efectiu.

### 2. Auditoria de Competència

- Realitzar una anàlisi detallada de la competència per identificar estratègies, punts forts i febles.

### 3. Selecció de Continguts i Paraules Clau

- Escollir temàtiques rellevants per a les publicacions, assegurant-se que estiguin alineades amb els objectius del projecte.
- Identificar i justificar les paraules clau més adequades per a cada contingut.

### 4. Assignació de Temes

- Distribuir les temàtiques seleccionades entre els membres corresponents per a la seva elaboració.

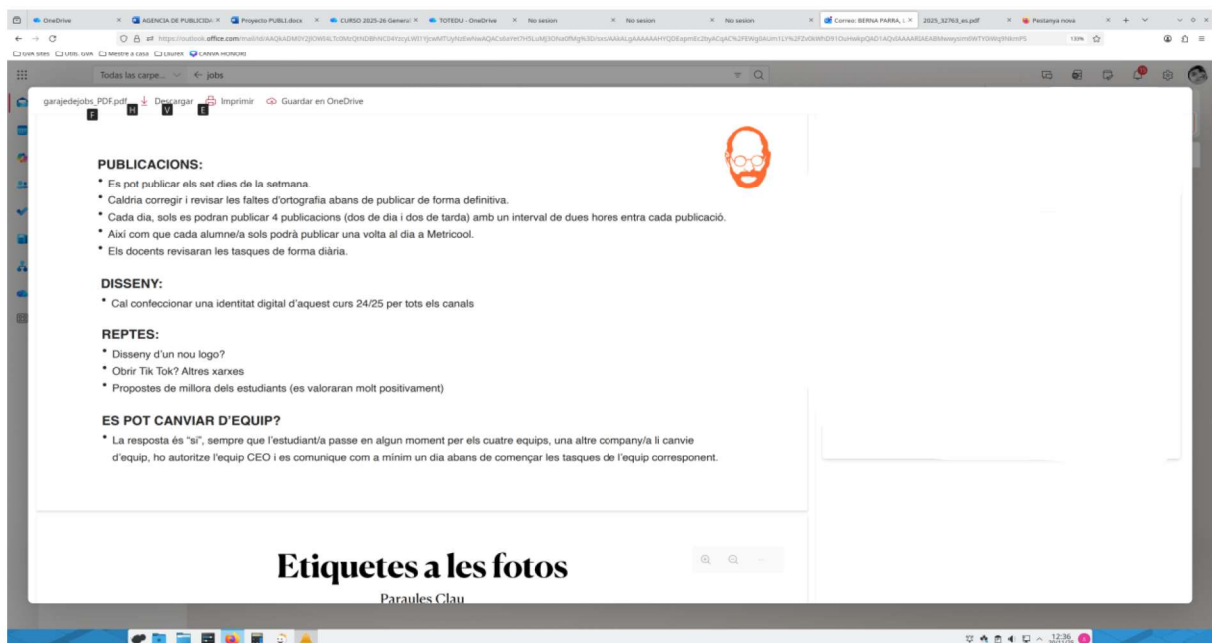
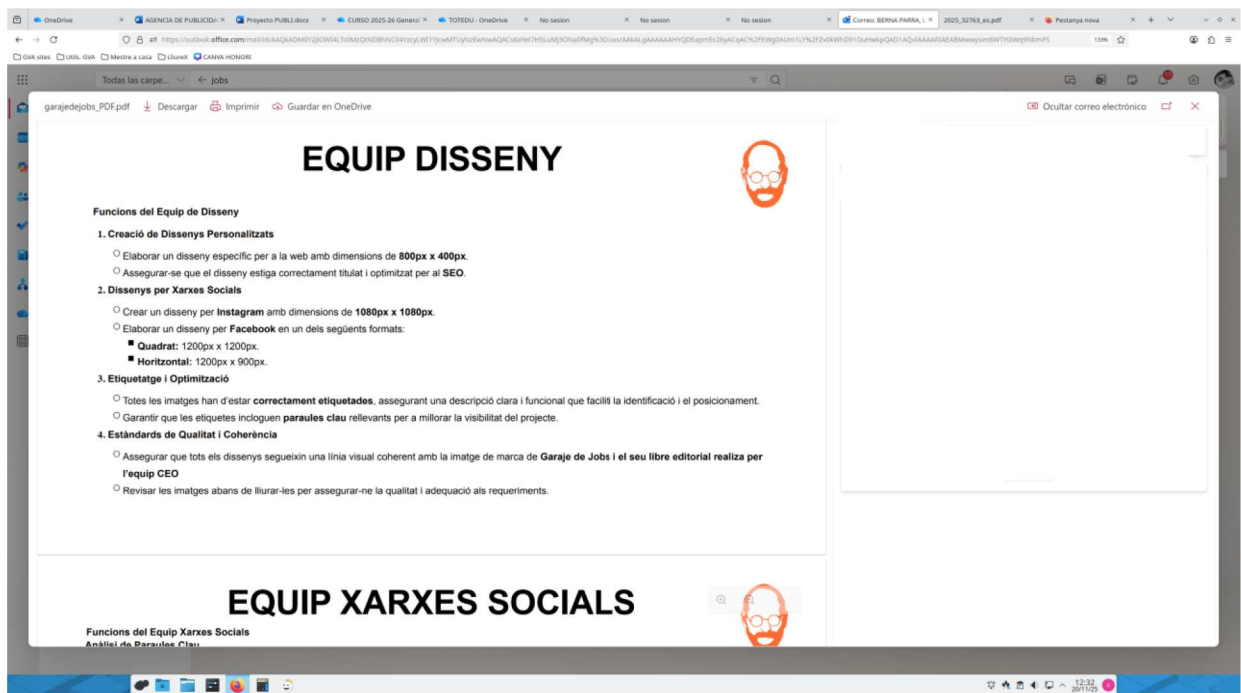
### 5. Supervisió de Qualitat

- Revisar tots els equips per a que totes les accions compleixin amb els estàndards de qualitat i coherència establerts.
- Agafar totes les decisions oportunes per perquè l'agència funcione de forma òptima.

### 6. Enfocament Temàtic

- Centrar les publicacions en temàtiques específiques de la família professional, com ara màrqueting, comerç, publicitat, disseny, estudis de mercat, aparadorisme o anuncis.





## Resultados del proyecto

**Garaje de Jobs** se implementa desde los inicios del ciclo formativo en el instituto y, con el paso de los años, se ha perfeccionado y ampliado hasta alcanzar su estructura actual. La experiencia resulta altamente satisfactoria tanto para el alumnado como para el profesorado, ya que permite aplicar los contenidos aprendidos en un contexto real y

significativo. Los estudiantes son plenamente conscientes del valor del aprendizaje práctico, lo que incrementa su motivación y les ayuda a consolidar competencias esenciales para su futuro profesional.

Trabajar de este modo aporta múltiples beneficios:

- **Desarrollo de habilidades profesionales reales**, como planificación estratégica, creatividad publicitaria, gestión de clientes y trabajo bajo plazos.
- **Fomento del trabajo colaborativo**, que enseña a coordinarse, comunicarse eficazmente y resolver conflictos, tal como ocurre en el entorno laboral.
- **Impulso del compromiso social**, al colaborar con entidades que necesitan apoyo, lo que refuerza valores como responsabilidad, empatía y ética profesional.
- **Preparación para la empleabilidad**, ya que los alumnos experimentan dinámicas similares a las de una agencia real, enfrentándose a retos que les acercan al mercado laboral.

A continuación se muestran algunas de las tareas realizadas:

## 1. Realización y mantenimiento de contenidos en la WEB:

[www.garajedejobs.com](http://www.garajedejobs.com)



## Marketing

Estar actualizado en el mundo del marketing no es un deber, es una obligación. En garajedejobs.com encontrarás las últimas tendencias, noticias y actualidad. Abre el garaje del marketing, y emprende tu ruta.

### El secreto de la marca personal de Andrea Garte

febrero 25, 2025



La estrategia de Andrea Garte, de su marca personal y su éxito en el mundo digital. Andrea Garte no es solo una influencer más; es una estrategia del branding personal que...

[Leer más](#)

### Motorola x Paris Hilton:

febrero 25, 2025



El regreso del Razr+ en rosa, lujo y puro estilo Y2K. El icónico Motorola Razr+ regresa con un toque de glamour y nostalgia gracias a Paris Hilton. La marca ha...

[Leer más](#)

### Mascarilla para gamers ¿Reduce el ruido realmente?

febrero 25, 2025



Mascarilla para gamers ¿Reduce el ruido realmente?

### Hyundai presenta su nuevo modelo conectado con el público juvenil: Hyundai INSTER

febrero 24, 2025



Hyundai INSTER: nuevo modelo orientado al público joven

## 2. Apoyo en eventos del centro: organización acto de graduación, charlas, etc.

Fotografía nº 1 y 2 : Clientes (alumnado que trabaja en proyectos de Patios Activos) acuden a la agencia de publicidad a solicitar ayuda.





Fotografía nº 3 y 4: Encargo del centro a la agencia de publicidad sobre la comunicación del día en redes sociales del cento contra el Cáncer de Mama.



Recepción alumnos Erasmus 2023

3. Sesión de briefing conjunto con alumnos del programa formativo de cualificación profesional básica de la especialidad de reprografía para la creación de su marca y cartelería del servicio de reprografía.



#### **4. Jornada de asesoramiento en publicaciones con Canva a alumnos de Bachillerato 2023**



#### **5.Elaboración de libro editorial de identidad corporativa de la marca Garaje de Jobs**



En definitiva, este proyecto no solo transmite conocimientos técnicos, sino que forma personas competentes, responsables y conscientes del impacto positivo que puede generar la publicidad en la sociedad.

Consideramos que es una buena práctica E-A dado el carácter de la experiencia, la cual reúne las siguientes características:

- Está **centrada en las/los estudiantes**, es decir, se enfoca en las necesidades e intereses del alumnado que busca ayuda (las/los clientes) como en el que la presta (la agencia de publicidad), promoviendo la autonomía y pensamiento crítico de ambos grupos.
- Es una **práctica reflexiva**, no es una “receta fija”, sino que implica reflexión constante por parte del alumnado implicado y el conjunto de docentes que participan en la experiencia (coordinadores de proyectos y el profesorado que imparte cada módulo).
- Por lo tanto, ligado al punto anterior, es totalmente adaptable a cualquier curso académico y a cualquier centro educativo. Es decir, es **sostenible** al poder ser institucionalizada, replicada y adaptada a otros contextos.
- Es una experiencia **participativa y activa**, pues utiliza metodologías que involucran al conjunto de estudiantes activamente, donde es el conjunto del alumnado el protagonista.
- Es **inclusiva y equitativa** al buscar la participación del conjunto del alumnado, independientemente de sus condiciones.



- Es **efectiva y con buenos resultados** pues logra los objetivos de aprendizaje esperados utilizando los recursos disponibles.
- **Genera un clima positivo** al crearse un ambiente de confianza, respeto y motivación donde las/los estudiantes se sienten seguros para expresar las acciones a realizar para cumplir sus objetivos (clientes) y, a su vez, las/los estudiantes que desarrollarán la comunicación efectiva (la agencia de publicidad) se sienten también motivados y responsables de ofrecer sus conocimientos para dar el mejor servicio posible a sus clientes.
- Y, finalmente, es una experiencia que proporciona una **evaluación formativa** pues tiene implícita la evaluación continua de las acciones realizadas (tanto por las/los clientes como por la agencia de publicidad) y una retroalimentación constructiva para ayudar al conjunto de estudiantes a progresar.

Fundamentalmente, consideramos que es una experiencia educativa innovadora por tres razones:

- **Promueve la creatividad y la colaboración** entre el conjunto de estudiantes que forman parte de la experiencia (clientes – agencia de publicidad) y del profesorado (coordinadores de proyectos – profesorado de los módulos implicados). Es decir, alienta la generación de ideas originales, la exploración de diversas soluciones y el trabajo en equipo, valorando las ideas de los demás y desarrollando tanto habilidades sociales como los conocimientos adquiridos en los ciclos formativos.
- **Puede clasificarse como una nueva experiencia “intergeneracional”** pues los conocimientos del alumnado más veterano del centro están a disposición del resto de generaciones.
- **Fomenta la investigación en el aula** al enfrentarse la agencia de publicidad a casuísticas diferentes con cada grupo y, por lo tanto, a aplicar metodologías de marketing adecuadas para cada caso.