



Universidad de Valladolid

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Trabajo de Fin de Máster

**Máster de Profesorado en Educación Secundaria,
Bachillerato, Formación Profesional y Enseñanza de
Idiomas.**

**La motivación del alumnado de Bachillerato
mediante la integración de las TIC en las
aulas. Una propuesta didáctica para “La
función comercial”.**

Presentado por:

Julia González Macón

Tutelado por:

Carmen Antón Martín

Valladolid, 1 de Junio de 2018

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
2. JUSTIFICACIÓN	6
3. OBJETIVOS	7
4. MARCO TEÓRICO	8
4.1. Recorrido de las TIC	9
4.2. Nativos digitales e inmigrantes digitales	11
4.3. Los jóvenes y las TIC	14
4.4. La integración de las TIC en las aulas	19
4.4.1. Ventajas e inconvenientes de la aplicación de las TIC en las aulas	22
4.4.2. Algunas buenas prácticas recomendables a realizar en los centros educativos	26
4.5. Diferentes recursos TIC para incorporar en las aulas de Economía	28
4.6. La Competencia digital. El marco legal de las TIC en la Educación Secundaria y Bachillerato	37
5. LA ACTITUD DEL ALUMNADO FRENTE A LAS TIC. INVESTIGACIÓN AL ALUMNADO DEL I.E.S. LA MERCED	41
5.1. Objetivos y metodología.....	41
5.2. Resultados obtenidos.....	42
6. UNA PROPUESTA DE INTERVENCIÓN EDUCATIVA EN BACHILLERATO IMPLEMENTANDO LAS TIC CON LA UNIDAD DIDÁCTICA “LA FUNCIÓN COMERCIAL DE LA EMPRESA”	52
6.1. Justificación de la unidad didáctica	53
6.1.1. Justificación formal	53
6.1.2. Justificación legal	54
6.2. Contexto educativo.....	54
6.3. Contexto del aula	57
6.4. El Bachillerato de Investigación y Excelencia	58
6.5. Objetivos de la etapa de Bachillerato.....	59
6.6. La asignatura de Economía de la Empresa del segundo curso de Bachillerato.....	61

6.7.	Objetivos específicos de la asignatura de Economía de la Empresa ...	62
6.8.	Competencias clave	63
6.9.	Contenidos	65
6.10.	Contenidos transversales	65
6.11.	Interdisciplinariedad de la unidad didáctica.....	68
6.12.	Secuenciación y temporalización de los contenidos	69
6.13.	Metodología.....	70
6.13.1.	Principios metodológicos	71
6.13.2.	Estrategias o métodos didácticos	71
6.14.	Planificación y desarrollo de cada una de las sesiones	73
6.15.	Evaluación	82
6.15.1.	Criterios de evaluación y estándares de aprendizaje	82
6.15.2.	Momentos e instrumentos de la evaluación	83
6.15.3.	Criterios de calificación	85
6.16.	Atención a la diversidad. Alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo	85
6.17.	Bibliografía en referencia a la unidad didáctica.....	88
7.	CONCLUSIONES	89
8.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	92
9.	ANEXOS	95
	ANEXO I: Cuestionario de la investigación	95
	ANEXO II: Justificación legal de la Unidad Didáctica. Leyes estatales y autonómicas vigentes	101
	ANEXO III: Objetivos específicos de la asignatura de Economía de la Empresa	103
	ANEXO IV: Prueba final de la unidad didáctica.....	104
	ANEXO V: Enlaces disponibles a los diferentes enclaves web o aplicaciones de la clasificación de recursos TIC aplicables en las aulas de Economía.	107
	ANEXO VI: Actividad online (Socrative).....	109
	ANEXO VII: Presentación de Power Point de la primera parte de la Unidad Didáctica	110

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 4.1.	Relación de las diferentes herramientas TIC que pueden utilizar los adolescentes en el ámbito socio-relacional	15
-------------------	--	----

Tabla 4.2. Ventajas de la utilización de las TIC en los procesos de enseñanza-aprendizaje	24
Tabla 4.3. Inconvenientes de la utilización de las TIC para el alumnado	25
Tabla 4.4. Inconvenientes de la utilización de las TIC para el profesorado.....	25
Tabla 4.5. Inconvenientes de la utilización de las TIC en el marco educativo	25
Tabla 4.6. Clasificación de recursos TIC aplicables en las aulas de Economía	30
Tabla 6.1. Contenidos conceptuales de la unidad didáctica	66
Tabla 6.2. Secuenciación de los contenidos de la unidad didáctica	70
Tabla 6.3. Planificación y desarrollo concreto de las doce sesiones que conforman la unidad didáctica	75
Tabla 6.4. Tabla curricular de la unidad didáctica	84
Tabla 6.5. Rúbrica para la evaluación de las actividades evaluables (individuales y/o grupales)	87

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 4.1. Medidas y actuaciones conjuntas al uso de las TIC en el aula.....	28
Figura 4.2. Aspectos que debe abordar la competencia digital en las etapas de educación secundaria y bachillerato.....	40

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 4.1. Tipos de dispositivos disponibles en los centros escolares en España (2016).	21
Gráfico 5.1. Curso académico al que pertenece la muestra de alumnado encuestada	42
Gráfico 5.2. Utilización del Smartphone para los estudios por parte del alumnado....	44
Gráfico 5.3. Utilización por parte de los encuestados de las redes sociales para comunicarse con sus compañeros de clase.....	46
Gráfico 5.4. Horas diarias que los discentes dedican al día a la utilización de las TIC para el estudio	47
Gráfico 5.5. Frecuencia con la que los profesores mandan tareas o trabajos que precisan la utilización de las TIC	48
Gráfico 5.6. Consideración de los encuestados al respecto de si estudiar asignaturas con TIC resulta más divertido y cuesta menos esfuerzo	49
Gráfico 5.7. Grado de motivación del uso de vídeos, concursos y ejercicios online en las asignaturas de Economía	50

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad vivimos en una sociedad en la que el uso intensivo de Internet y de las redes sociales inundan cada aspecto de nuestras vidas. Esto tiene una repercusión muy importante sobre cada uno de nosotros, y hace que sea decisivo adaptarse continuamente y evolucionar de la mano de las nuevas competencias exigidas. Es en este punto en el que el escenario educativo tiene una labor muy importante, y se convierte en un pilar fundamental que ha de favorecer, acercar y dotar a los alumnos de las herramientas necesarias para ser ciudadanos competentes en esta nueva era digital en la que estamos inmersos. Se debe aprovechar la coyuntura, y hacer de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, (de ahora en adelante TIC), un reclamo y una herramienta atractiva, motivadora y eficaz de formación, ya que las tecnologías digitales forman una parte importante del día a día de los jóvenes y satisfacen constantemente sus necesidades sociales, de ocio, entretenimiento, comunicación e información.

Se entiende por TIC el conjunto de recursos y técnicas digitales e informáticas que sirven como método de almacenamiento y transmisión de grandes cantidades de datos, y que permiten la comunicación entre las personas a gran velocidad. El papel de las TIC en la formación ciudadana es indiscutible hoy en día, y comienza desde su enseñanza y aplicación en los centros educativos. Horejsi y Ray (2006) proponen tres grandes formas de abordar la ciudadanía en la educación. Para cada enfoque se pueden utilizar las TIC como medio de búsqueda, expresión, comunicación y participación. Primero es necesario poseer el conocimiento sobre cómo convertirse en ciudadanos informados y tener la capacidad de desempeñar un papel activo en la sociedad democrática actual, y para ello no existe otra manera de conseguirlo que teniendo acceso a la información. Seguidamente, es necesario desarrollar habilidades de comunicación mejorando la observación, el planteamiento de hipótesis, la reflexión y la acción. Y finalmente, es imprescindible desarrollar habilidades de participación, acción, debate y responsabilidad social, las cuales están cambiando radicalmente debido, sobre todo, al carácter electrónico y virtual que han adquirido a través de los recursos que ofrecen las TIC.

Todo esto nos hace percibir la importancia que tiene la competencia digital en las necesidades y características de la sociedad actual, y por ende advertirnos de que su aplicación debe ser impartida desde la educación reglada en las aulas. Todos los

agentes involucrados, bien sean alumnos, profesores, familias, gobiernos, etc., deben estar lo suficientemente implicados para asegurar que nuestro sistema educativo mejore con los constantes avances que se producen hoy en día. Es por ello, que el uso de las TIC tiene mucho que contribuir en el proceso de enseñanza-aprendizaje, en el que los cambios se generan para entregar a los estudiantes las herramientas tecnológicas suficientes que les permitan generar aprendizajes de calidad y fortalecer sus competencias para enfrentarse al mundo y sus requerimientos (Pacheco, 2015, p.56-62).

El rol del profesorado juega un papel imprescindible en la implementación de las TIC en los centros educativos, y precisa de un compromiso e innovación constante que sea capaz de adaptarse a los cambios acelerados que sufrimos en la sociedad digitalizada en la que estamos inmersos. Es tal la fuerza y flexibilidad de la interactividad y la virtualidad de las TIC, que ya casi no se concibe el presente educativo sin tales herramientas tecnológicas (Gros y Contreras, 2006, p.103).

El presente trabajo se estructura y organiza en varios apartados relacionados, además de este pequeño epígrafe introductorio. En la primera parte de este trabajo, se lleva a cabo una revisión bibliográfica sobre la fundamentación teórica relativa al uso de las TIC en la actualidad, y en concreto al uso que desempeña la población joven. Seguidamente, la revisión se traslada a las aulas, y se pretende conocer las principales ventajas que supone la incorporación de los recursos TIC en la educación, así como las barreras que conlleva su utilización. A su vez, se realiza una recopilación de los recursos o herramientas digitales innovadores en el proceso de enseñanza-aprendizaje aplicables en los niveles de Bachillerato.

De manera posterior a la revisión teórica, se lleva a cabo una pequeña investigación a través de encuesta, con la finalidad de obtener una información más precisa de la valoración que hacen los alumnos de la aplicación de los nuevos medios TIC en las aulas. Finalmente, se presenta una propuesta concreta de aplicación a la unidad didáctica *La función comercial*, enmarcada dentro de la asignatura de Economía de la Empresa del curso de Segundo de Bachillerato que proporciona una visión cercana y realista de cómo implementar estas tecnologías digitales para motivar a los alumnos en el proceso de aprendizaje. El presente Trabajo Fin de Master se cierra con un epígrafe en el que se exponen las principales conclusiones a las que se ha llegado tras su realización, así como una propuesta de líneas de investigación

futuras; un apartado de recursos bibliográficos; y por último, unos anexos con información complementaria.

2. JUSTIFICACIÓN

El preámbulo del Reglamento sobre la elaboración y evaluación del Trabajo Fin de Máster de la Universidad de Valladolid, aprobado en Consejo de Gobierno de 12 de junio de 2008, y modificado en Comisión Permanente de 20 de enero de 2012, recoge que: *“El Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, indica que todas las enseñanzas oficiales de máster concluirán con la elaboración y defensa pública de un Trabajo de Fin de Máster, que ha de formar parte del plan de estudios.”*

El principal motivo de la realización de este trabajo es conocer la influencia que tienen las TIC en el ámbito educativo español, más en concreto en la etapa de Educación Secundaria Obligatoria (ESO) y Bachillerato, como consecuencia de la importancia y actual evolución digital de la sociedad. Se busca analizar si estas nuevas tecnologías están ya implantadas o por el contrario falta un largo camino por recorrer, y entender las posibles ventajas e inconvenientes que su aplicación tiene para la motivación y respuesta positiva del alumnado. Todo esto, resulta imprescindible para concretar cómo debemos actuar y su importancia real en el proceso de enseñanza-aprendizaje. También se pretende entender el papel de los profesores y docentes, ya que muchos autores subrayan que la formación del profesorado y la implantación de un modelo pedagógico que fomente el uso de las Nuevas Tecnologías de forma innovadora son un factor clave para el cambio (Area, 2011).

Es importante tener en cuenta que el sistema educativo debe mejorar conforme a las nuevas exigencias sociales requeridas, y debe saber combinar en la mejor proporción posible el uso de metodologías tradicionales y de metodologías digitales y novedosas. Personalmente, y tras un periodo de prácticas profundamente instructivo que me ha abierto los ojos a una nueva realidad que desconocía, considero que los alumnos tienen un enorme potencial respecto al uso de las nuevas tecnologías digitales. Además, su utilización puede ser un aliciente positivo en su aprendizaje, en su motivación, y una base útil y necesaria para su futuro profesional o personal. Todo esto queda constatado en numerosos estudios e investigaciones como las de Area

(2011), en las que se percibe el incremento en la motivación de los alumnos con el uso de las TIC en su proceso de aprendizaje; y la transformación educativa que éstas provocan en la metodología y trabajo en las aulas.

La Red europea de información sobre educación¹, promulga entre sus prioridades la necesidad de apoyar a las correspondientes instituciones para contribuir al fortalecimiento de los sistemas educativos, y permitir así que los estudiantes desarrollen al máximo su potencial (Euridyce, 2011). Por ello, algunos de los estados miembros de la Unión Europea han acordado planes de promoción de la creatividad y la innovación, como son los Planes de Acción Digital los cuales favorecen la utilización de herramientas TIC en las aulas y la formación del profesorado, como algunas de las prioridades para la Educación y Formación en el año 2020.

Asimismo, este trabajo trata de realizar una adecuación de la utilización de las TIC a la materia de Economía de la Empresa, aplicables a su vez a todas las materias de la rama de Economía que se imparten en las etapas de Secundaria y Bachillerato. Mi experiencia en la parte *Prácticum* de presente Máster me ha hecho percibir la aplicación de las TIC de una manera útil y efectiva, por ello mi interés en conocer las necesidades y opiniones de los alumnos en cuanto a sus preferencias de aprendizaje.

3. OBJETIVOS

El objetivo principal que busca la realización de este trabajo es analizar y reflexionar sobre la aplicación de las TIC en el sistema educativo español actual, más en concreto en las etapas de Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato. A su vez, se pretende conocer los diferentes conceptos existentes relacionados con las TIC, y realizar un recorrido sobre su evolución a lo largo del tiempo hasta llegar a la sociedad actual, teniendo en cuenta sus implicaciones. Por otro lado, se trata de entender las consecuencias positivas y negativas, o barreras, que tiene su aplicación en el proceso de enseñanza-aprendizaje en general, y en concretamente en las materias de Economía. También se busca examinar los diferentes métodos de aplicación y las innovaciones tecnológicas y digitales que se llevan a cabo en las aulas

¹ En la Unión Europea, Eurydice, la Red europea de información sobre educación, favorece la cooperación europea en materia de educación. En 2012 se crea la Red española de información sobre educación (REDIE), que posteriormente se denomina Eurydice España-REDIE, y sirve de vía para atender los compromisos internacionales, europeos y nacionales de información sobre el sistema educativo español.

en el contexto actual; así como revisar las aportaciones y la implicación del profesorado en general, y reconocer si su aplicación es suficiente teniendo en cuenta los cambios surgidos en la sociedad actual, o por el contrario es necesario seguir trabajando en ello e incentivar y fomentar su utilización.

Posteriormente, y una vez enmarcada la cuestión teórica, se pretende reflexionar sobre el uso actual de las TIC en las aulas y en la vida cotidiana de los alumnos, y si su utilización favorece el proceso de aprendizaje. Para ello se realiza un trabajo de campo que consiste en la realización de una encuesta a una muestra del alumnado de las asignaturas de Economía y Economía de la Empresa en el nivel de Bachillerato del I.E.S. La Merced de Valladolid.

La metodología llevada a cabo para la realización de este trabajo ha sido fundamentalmente la búsqueda, revisión y análisis de la bibliografía e información existente, para la concreción de un marco teórico que establezca las bases del tema, y por otra parte, un trabajo de campo en el que se obtendrán unos resultados sobre el uso de las TIC por parte del alumnado.

En la última parte del presente trabajo, se realiza una propuesta realista y aplicable de la unidad didáctica de “La función comercial” para la asignatura de Economía de Empresa del segundo curso de Bachillerato, en la que se emplean las innovaciones tecnológicas y digitales en las aulas. El propósito de la unidad didáctica es servir de base para la aplicación de estos métodos por los docentes, sin miedo a considerarlos contraproducentes, y a manifestar que combinados con los métodos y modalidades didácticas tradicionales, se puede motivar a los alumnos y obtener resultados favorables, incentivando a alcanzar siempre todas las competencias exigidas de la mano de la competencia digital. A su vez, muchos de los recursos utilizados en esta propuesta didáctica se pueden adaptar y extrapolar a otras asignaturas de la rama de economía e incluso a otras materias impartidas en el currículo de la etapa formativa.

4. MARCO TEÓRICO

El cada vez más intensivo uso de las TIC, el acceso a Internet mediante dispositivos móviles y el gran impacto de las redes sociales han transformado el escenario social y educativo de nuestro país en los últimos años. Por ello los centros

educativos, aunque con más lentitud que otros ámbitos, han comenzado su reestructuración y adaptación hacia una escuela cada vez más digitalizada y adaptada a las nuevas tecnologías.

4.1 Recorrido de las TIC

Como se ha introducido anteriormente, se entiende por TIC el conjunto de recursos, herramientas, técnicas y procedimientos utilizados para almacenar y transmitir información en grandes cantidades y a gran velocidad. También se incluyen el conjunto de ordenadores, telecomunicaciones y electrónica como instrumentos para almacenar, producir, manipular, procesar y transmitir información de forma rápida económica y segura (García et al., 2008).

González et al. (1996, p.413) acercan y acotan más la definición refiriéndose a las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación como “el conjunto de procesos y productos derivados de las nuevas herramientas- hardware y software-, soportes de la información y canales de comunicación relacionados con el almacenamiento, procesamiento y transmisión digitalizados de la información, y cuyo eje central se encuentra en las redes informáticas”.

Estas nuevas tecnologías tienen una serie de características o rasgos distintivos que se pueden sintetizar brevemente en las siguientes: Inmaterialidad, interactividad, instantaneidad, innovación, elevados parámetros de calidad de imagen y sonido, digitalización, automatización, interconexión y diversidad (Cabero, 1996, p.4).

El concepto TIC surge en el año 1969 con la aparición de Internet, fruto de los programas y proyectos Norteamericanos del Departamento de Defensa. Pero la revolución completa de la tecnología se produjo con su acercamiento a partir de la década de los 90 a la sociedad civil y a su utilización en el ámbito doméstico por la mayor parte de la población.

La rápida aparición y expansión de las TIC se ha producido en las últimas décadas y se ha convertido en una realidad social basada en la evolución de los ordenadores y otros dispositivos, y en su irrupción en todos los ámbitos sociales (administración, industria, comercio, educación, investigación, etc.). Además se ha avanzado en la utilización de la tecnología multimedia, en la aparición de los módems y routers que permiten la conexión a internet en cualquier espacio, en el avance de las

telecomunicaciones, la aparición de las autopistas de la información, y, por supuesto, de los dispositivos móviles (García et al., 2008).

Esta revolución tecnológica ha dado lugar a una revolución social, y ha supuesto un cambio hacia una sociedad de las telecomunicaciones. “Las TIC adquieren protagonismo en la configuración de las nuevas lógicas de relaciones sociales, haciéndolas más horizontales”, (Fernández, 2010). Internet, los medios de masas, las redes sociales y otras plataformas digitales han modificado las relaciones sociales entre las personas, haciendo que la comunicación se base fundamentalmente en las nuevas tecnologías. Otro concepto asociado, fruto de la revolución tecnológica ha sido el de *Sociedad del conocimiento* o *Sociedad de la información*, basada en la idea de inteligencia colectiva de (Castells, 2005), la cual comprende la esfera educativa y científica, implica complejas formas de procesamiento de información y cambios en el modo de organización de las empresas las cuales necesitan una innovación y un reciclaje continuados.

Para entender el alcance de la disponibilidad y presencia de las nuevas TIC en la actualidad, se analiza el *Informe de Indicadores del uso de las TIC en España y Europa* en el año 2016, realizado por el Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado. Concretamente, se estudia la disponibilidad de equipamiento e infraestructura TIC en los hogares españoles, especialmente de Internet, telefonía móvil y dispositivos informáticos, así como el uso que de las tecnologías se hace tanto dentro como fuera del hogar durante el año 2016.

Los datos resultantes de la encuesta realizada dan a conocer que un 77,1% de los hogares españoles con al menos un miembro (de entre 16 y 54 años) disponían de algún tipo de ordenador personal como pueden ser los *netbooks*, *tablets*, portátiles, etc. Este porcentaje aumenta notablemente si se hace referencia a la disponibilidad del teléfono móvil en los hogares españoles, siendo el porcentaje de un 96,7%. Un total de 13.031.849 viviendas en España disponían de conexión a Internet en el año 2016, siendo la mayoría de ellas (un 99,8%) acceso a través de banda ancha. El porcentaje de viviendas conexión móvil de banda ancha a través de dispositivos de mano es del 80,1%.

Si se analiza la utilización de productos TIC por las personas, el informe da a conocer que en el año 2016, un total de 82,7% de personas había utilizado alguna vez Internet, y concretamente, las personas entre 16 y 24 años son las que más acceden

en comparación con otras franjas de edad. Los porcentajes de uso descienden a medida que la edad de los sujetos aumenta, y la mayoría de los individuos que usaron Internet de manera diaria en 2016, fueron las personas de entre 16 y 24 años, siendo un 93,3% los que accedieron a Internet a través de sus dispositivos y teléfonos móviles. La principal actividad para la que los usuarios emplearon Internet fue para la búsqueda de información sobre bienes y servicios (sobre todo las personas de edades comprendidas entre los 25 y los 34 años). Mientras que un gran porcentaje de usuarios utilizó Internet para ver contenidos de vídeo en plataformas como *YouTube* y para participar activamente en las redes sociales (fundamentalmente las personas entre los 16 y 24 años).

El informe a su vez, ofrece datos relevantes acerca de la utilización de las TIC e Internet para llevar a cabo actividades de aprendizaje. Se puede decir que esta es mayoritaria entre los individuos de 16 y 24 años, y se resume fundamentalmente en la utilización de material de aprendizaje en línea (23%), la comunicación mediante portales o sitios web educativos (14,9%) y el desarrollo de actividades de aprendizaje (15,5%).

A colación de los datos expuestos, es indudable la creciente importancia que tiene la utilización de las TIC en los hogares españoles en la actualidad, pero aún hay un largo camino por recorrer en cuanto al grado de confianza que tienen los individuos acerca de Internet, lo cual puede ser extrapolado al control de su utilización en algunos ámbitos familiares. El estudio revela que solamente un 58,8% de las personas declaró tener bastante confianza hacia las TIC, mientras que un 32,5% declaró tener poco grado de confianza frente a un 9% que consideró tener mucho.

4.2. Nativos digitales e inmigrantes digitales

El cambio hacia la era digital ha supuesto el esfuerzo combinado de las administraciones y de los agentes que están directamente afectados como son los estudiantes y los docentes. Los estudiantes actuales son los que en mayor medida han experimentado esta verdadera transformación digital e informática. Esta, se ha producido por una discontinuidad generacional, motivada por la veloz e ininterrumpida difusión de las tecnologías digitales, las cuales aparecen en las últimas décadas del siglo XX.

Las nuevas tecnologías plantean, además, una cuestión de especial relevancia a muchos niveles, la cual es denominada la “brecha digital”. Este término se emplea al hablar de las diferencias que existen entre distintos grupos de personas, en cuanto a su conocimiento y dominio de las nuevas tecnologías y pueden venir condicionadas por diversos factores socioeconómicos o demográficos como pueden ser las cuestiones referentes a la edad de los individuos.

Todo esto ha llevado a crear la necesidad de acuñar nuevos términos como son los de “generación interactiva” o “nativos digitales” los cuales fueron inicialmente introducidos en el año 2001 por Marc Prensky. El autor estableció los términos nativo digital (“digital natives”) e inmigrante digital (“digital immigrant”) para diferenciar a la nueva generación que creció de la mano de las TIC, de las generaciones predecesoras, las cuales fueron educadas y formadas en una cultura analógica (Sande, 2010). Algunos autores han denominado N-GEN, por Generación en Red (net, en inglés), y también D-GEN, por Generación Digital a estos nuevos estudiantes que se dan en la actualidad fruto de los avances sociales y tecnológicos.

Prensky (2010) considera que la designación más oportuna es la de “*Nativos Digitales*”, puesto que “todos han nacido y se han formado utilizando la particular “lengua digital” de juegos por ordenador, vídeo e Internet.” Son los estudiantes menores de treinta años, los que cuentan con una habilidad innata en el entorno y lenguaje digital. Por otro lado, para designar a aquellas personas que se han adaptado a las nuevas tecnologías y que son fruto de un proceso de migración digital y acercamiento hacia un entorno altamente tecnificado, creado por las TIC se les denomina “*Inmigrantes Digitales*”.

Es interesante la referencia de Gairín et al. (2014) a los «nativos digitales» como «huérfanos digitales », puesto que no han tenido a nadie que les guíe y enseñe en el proceso de aprendizaje sobre las TIC. Esta circunstancia les hace más vulnerables frente a los riesgos que supone un uso inapropiado de estas herramientas, ya que en muchas ocasiones ni ellos, ni los adultos de su entorno, como pueden ser padres, madres, profesores, etc., tienen experiencia ni formación suficiente sobre las TIC. Pero por otro lado, les proporciona una seguridad innata en sí mismos ya que estos adolescentes «huérfanos digitales» son capaces de ir descubriendo progresivamente las nuevas tecnologías, y adaptarse a ellas de una manera autodidacta y en definitiva satisfactoria.

Las características a grandes rasgos de estos Nativos Digitales son las siguientes (Prensky, 2010) :

- Quieren recibir la información de forma ágil e inmediata.
- Se sienten atraídos por multitareas y procesos paralelos.
- Prefieren los gráficos a los textos.
- Se inclinan por los accesos al azar (desde hipertextos).
- Funcionan mejor y rinden más cuando trabajan en Red.
- Tienen la conciencia de que van progresando, lo cual les reporta satisfacción y recompensa inmediatas.
- Prefieren formarse de forma lúdica al rigor del trabajo tradicional.

Los nativos estudiantes de la era digital son capaces de realizar varias tareas simultáneamente y están acostumbrados a relacionarse entre ellos a través de las redes. Por el contrario, la escuela anterior estaba más enfocada hacia otro tipo de metodologías docentes en las que el profesor era la figura central, como son las clases meramente expositivas. Este cambio en las características generacionales precisa que los profesores se adecúen y sepan cómo enseñar los contenidos, la forma de abordarlos, presentarlos y hacerlos más atractivos, adaptándose a las características actuales de los Nativos Digitales. Por todo ello, los docentes deben modificar su rol en el proceso de enseñanza-aprendizaje, convirtiéndose en organizadores entre los alumnos y los objetivos de conocimiento, en generadores de interrogantes, suscitando dudas, estimulando permanentemente a los alumnos en la iniciativa y en el aprendizaje activo con comunicación y participación. En definitiva, deben ser guías en los procesos de búsqueda, análisis, selección, interpretación y síntesis de la información ofrecida por estas nuevas tecnologías (García et al, 2008).

Estos autores defienden a su vez que es necesario que se les permita a los alumnos utilizar las herramientas web 2.0 en la práctica de enseñanza-aprendizaje, ya que son conocidas por ellos, y dejarles que ellos elijan y opinen sobre cuales prefieren utilizar. Esto les proporcionará seguridad y confianza para adaptarse a los constantes cambios y a las herramientas tecnológicas que se encuentran a su alcance.

Los Inmigrantes Digitales por su parte, tienen un papel muy importante en este proceso de cambio, y tienen que esforzarse por adquirir y perfeccionar constantemente sus competencias digitales, e incluso apoyarse de los conocimientos avanzados de los Nativos. Aplicar metodologías y herramientas novedosas a las

materias ya existentes, evitar el miedo a pensar que no se poseen los conocimientos necesarios, y salir de la “zona de confort” son algunos de los desafíos más importantes a los que se someten muchos de los profesores en la actualidad.

4.3. Los jóvenes y las TIC

Como se puede observar en los datos analizados en epígrafes anteriores, los jóvenes de edades entre los 16 y los 24 años son los más expuestos a la utilización de las TIC en los ámbitos social o lúdico, familiar y educativo. Las nuevas tecnologías forman parte de su rutina diaria de manera intensiva y natural, y crean de alguna manera su identidad, modificando su manera de comunicarse y expresarse con el mundo. Esto hace que los jóvenes de hoy en día se identifiquen como una generación nueva, ligada y unida de la mano de las nuevas tecnologías y las redes sociales.

En este apartado del trabajo se profundiza en el binomio jóvenes y nuevas tecnologías, intentando comprender las repercusiones que su masiva utilización está teniendo en la actualidad, y cómo podemos aprovechar la coyuntura tecnológica para facilitar los procesos de enseñanza-aprendizaje en los centros educativos. La investigación en torno a los jóvenes y su relación con los medios de información y comunicación es muy extensa, así como prolongada en el tiempo ya que el nuevo panorama tecnológico avanza a pasos agigantados y nos sitúa en un entorno completamente cambiante. Es necesario conocer las repercusiones que tiene el consumo masivo de las TIC por parte de la población juvenil; así como las consecuencias menos favorables relacionadas con sus hábitos, o los peligros que puedan tener para su desarrollo personal y futuro. Por otro lado, también es preciso conocer los beneficios que reporta en ámbitos como el educativo y formativo en el que pueden experimentar, crear y procesar información a gran velocidad, además de desarrollarse y llevar a cabo procesos de aprendizaje eficaces y duraderos.

La Encuesta de Generaciones Interactivas (Generaciones Interactivas, noviembre de 2009), describe que en España en el año 2009, un total de 25 millones de personas ya se conectaban mensualmente a Internet, y los adolescentes estaban constantemente conectados hasta tal punto de que el informe resalta que un 50% de los jóvenes encuestados afirmó no apagar el móvil durante las clases.

Los últimos datos disponibles propuestos por el Instituto Nacional de

Estadística (INE)² en el año 2017, esclarecen que la proporción de uso de tecnologías de información por la población infantil (de 10 a 15 años) es, en general, muy elevada. Y es que desde la infancia, los niños integran de forma precoz todas las pantallas digitales en sus vidas, y el acceso a las TIC se produce a una edad cada vez más temprana y mediante un uso intensivo. Así, el uso de ordenador entre los menores está muy extendido (92,4%), y más aún el uso de Internet (95,1%). Al igual que en el año 2016, el número de menores usuarios de Internet supera al de ordenador. Por su parte, la disposición de teléfonos móviles se incrementa significativamente a partir de los 10 años, hasta alcanzar el 94% en la población de 15 años.

En cuanto al uso de las redes sociales, los datos indican que los que tienen una mayor participación son los estudiantes (90,4%) y los jóvenes de 16 a 24 años (90,0%), los cuales crean un perfil de usuario o envían mensajes u otras contribuciones en redes sociales como Facebook, Twitter o YouTube. En la siguiente tabla (Tabla 4.1.) se puede observar la relación existente entre las diferentes herramientas TIC que los adolescentes pueden utilizar y utilizan de manera más habitual en el ámbito socio-relacional. Estas herramientas están clasificadas según su utilidad social o de ocio, concretando en su uso para el almacenamiento de datos, su uso multimedia y de interacción social, su utilización como herramienta de comunicación interpersonal inmediata, su utilización como juegos, y por último las redes sociales más utilizadas refiriéndose a estas como una nueva forma de comunicación que crean los individuos, grupos o comunidades.

Tabla 4.1. Relación de las diferentes herramientas TIC que pueden utilizar los adolescentes en el ámbito socio-relacional.

Almacenamiento	Multimedia	Comunicación inmediata	Juegos	Redes sociales
<ul style="list-style-type: none"> • Dropbox • Google Drive 	<ul style="list-style-type: none"> • YouTube • Pinterest • Instagram • Vimeo • Spotify • Shazaam 	<ul style="list-style-type: none"> • WhatsApp • Facetime • Line 	<ul style="list-style-type: none"> • PlayStation • Xbox • Wii • Steam 	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook • Twitter

Fuente: Adaptación de Gairín et al. (2014, p.21). Estudio sobre los usos y abusos de las Tecnologías de la Información y comunicación e los adolescentes.

² Instituto Nacional de Estadística [INE] (2017), Encuesta sobre equipamiento y uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los hogares (TIC-H). Notas de prensa, 5 de octubre de 2017. Disponible en: http://www.ine.es/prensa/tich_2017.pdf (Consulta: 15/4/2018).

Conjuntamente al análisis de los datos propuestos por el INE, los resultados de la investigación “Usos y abusos de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en Adolescentes”³ financiado por las Ayudas a la Investigación de Mapfre, realizado en el año 2013, dan a conocer algunos datos que conviene analizar relativos al uso y consumo de las nuevas tecnologías por parte de los adolescentes. Los resultados de este estudio concluyen que un 38% de los adolescentes encuestados utiliza el móvil más de 6 horas entre el sábado y el domingo, y un 37% el ordenador más de 3 horas durante el fin de semana. A su vez, la localización donde se utilizan las diferentes herramientas tecnológicas, es en mayor en el propio hogar familiar (51.8% del tiempo) seguido de la calle (16.6% del tiempo) y del centro educativo (13.9% del tiempo).

También resultan interesantes los resultados acerca del uso de las TIC en el ámbito escolar. Los encuestados utilizan las TIC a nivel personal en mayor medida para “elaborar documentos o hacer trabajos escolares” (42,1%) y “guardar documentos de las asignaturas” (32,5%). Por otro lado, niegan utilizar las tecnologías para “distraer a los compañeros” (47,6%), para “copiar trabajos elaborados por otras personas” (45,5%) o “agredir a sus profesores” (92,3%). Su uso junto con la familia se centra fundamentalmente en “consultar la información del portal web del colegio/instituto” y no tanto en “ver documentales, debates o informaciones educativas”. En cuanto al uso de las tecnologías entre compañeros de clase, los adolescentes afirman utilizarlas mucho para “preguntar cosas” (27,9%), mientras que el 79,3% dice no utilizarlas para “copiar en los exámenes”.

Estos resultados esclarecen la importancia que tiene la utilización de las tecnologías en el plano académico en la etapa de secundaria y bachillerato, en la cual los estudiantes utilizan las TIC tanto para la búsqueda de información y la realización de trabajos de clase, como para interrelacionarse con los compañeros y compartir ideas, preguntarse dudas y resolver cuestiones relativas a las clases. Llama la atención como los alumnos utilizan las herramientas tecnológicas en un porcentaje similar en su tiempo de ocio (en la calle) y en el centro educativo; no parece existir una desconexión tecnológica clara entre la utilización de las TIC y las diferentes redes

³ Dicho estudio analiza los usos y abusos de los adolescentes de las TIC en los diferentes contextos diarios en las Comunidades Autónomas de Cataluña, Andalucía y Madrid. Centrado en 1.194 adolescentes de 12 a 17 años, de 31 centros educativos; así como 135 entrevistas a profesores.

sociales en el ámbito o centro educativo, lo cual indica la fuerte dependencia que tienen los adolescentes de su utilización.

Como se aprecia en los resultados de los informes recogidos anteriormente, el uso de los dispositivos móviles y “*smartphones*” es muy elevado en la población a partir de los 15 años. Estas herramientas les permiten comunicarse, establecer lazos afectivos, acceder a contenidos, entretenerse, crear y también es muy útil en tareas de organización personal. En definitiva, es mayoritariamente en estos contextos en los que los jóvenes representan y comparten sus experiencias, vivencias y sentimientos; y construyen identidades propias aprendiendo las normas de conducta de sus grupos de iguales.

Para finalizar el presente epígrafe, es conveniente analizar algunas consecuencias de la utilización de las TIC por parte de la población joven. Habitualmente se ha considerado a la falta de autonomía como un rasgo que define a la etapa de la adolescencia, sin embargo, los jóvenes actuales, consumidores de las nuevas tecnologías poseen la característica de ser una generación plenamente autónoma en cuanto a lo digital se refiere, ya que son considerados como autodidactas en la incorporación de Internet en sus vidas, asegurando una amplia mayoría haber aprendido a manejar este medio sin ningún tipo de ayuda por parte de sus progenitores o tutores (Bringué y Sádaba, 2009, p.12).

Se puede considerar que esta aparente desventaja y “brecha” tecnológica de los progenitores respecto a los jóvenes puede tener efectos negativos, ya que lleva a que los progenitores se inhiban en muchas ocasiones por su propio desconocimiento. Por otro lado, tiene un efecto positivo, debido a que se convierte en un elemento que puede aumentar la colaboración y ser un canal de comunicación entre la familia y los adolescentes (Berríos y Buxarrais, 2005). Sin embargo, el estudio de Amorós et al. (2002) y el de Naval et al. (2003) señalan que, aunque los adultos estén aún poco familiarizados con las TIC, esto puede tener efectos positivos en los adolescentes gracias a la profunda y estrecha relación que mantienen con las TIC. Los jóvenes pueden convertirse, muchas veces, en “expertos” en el seno de sus familias y orientar a los demás respecto al uso de estas nuevas tecnologías.

Otra de las consecuencias más apreciables que tiene el uso o consumo de las TIC por parte los jóvenes es el cambio en las relaciones sociales, su forma de

interactuar con la sociedad en general y con todos los agentes que la componen. Este proceso de transformación se lleva a cabo en todos los ámbitos de su vida personal, familiar, académica, profesional, etc. Los jóvenes usan las “redes sociales” entre otros motivos para mantener una serie de comportamientos, relaciones o identidades fuertemente sociales y esto en ocasiones puede provocar una pérdida de habilidad en la comunicación personal que les hará el camino mucho más difícil cuando como adultos tengan que interactuar con los demás en ámbitos formales (Ferrán, 2010).

Entre los efectos negativos que supone un uso inadecuado de las TIC por parte de los adolescentes, se encuentran fundamentalmente la falta de control y la fuerte dependencia. Son varios los autores que indican que existen problemas e inconvenientes si su uso es inadecuado. Kraut et al. (1998) advierten que pueden producir aislamiento o agudizar fenómenos como la soledad y la depresión; mientras que Gil et al. (2003) mencionan cuatro aspectos que pueden tener efectos negativos: adicción, aislamiento, contenidos perversos y violencia. Por otro lado, Naval et al. (2003) señalan tres efectos negativos: pérdida de la privacidad, fomento del consumo y adicción. El teléfono móvil es una herramienta peligrosa si hablamos de dependencia y adicción para todas las personas, independientemente de la edad que tengan, pero si nos referimos a los grupos de jóvenes, en algunas ocasiones puede tener un riesgo inminente para su desarrollo intelectual, como así lo demuestra el estudio de Naval et al. (2003), en el cual se desprende que los jóvenes adolescentes entre los 12 y los 18 años son conscientes de que realizan un uso desmedido del móvil y reconocen su adicción y dependencia a los dispositivos electrónicos, como indica El Instituto Superior de Estudios Psicológicos (ISEP).

Es por todo esto, que algunos autores como Gairín et al. (2014, p.21) recomiendan y aconsejan formar a esta generación de jóvenes de manera temprana en una serie de normas básicas de seguridad, autorregulación y autoprotección, y las responsabilidades que tienen como usuarios de unas herramientas que les resultan tan atractivas, especialmente en la adolescencia.

Por otro lado, otros autores postulan una visión diferente de efectos positivos y beneficiosos que tiene el uso de las TIC por parte de los adolescentes. El estudio de Gil et al. (2003) da una visión muy distinta, y establece que los jóvenes no utilizan las tecnologías y las redes sociales para aislarse, sino que las usan como una herramienta fundamental para relacionarse, y para comunicarse con sus amigos, lo

cual nada tiene que ver con el postulado de aislamiento que otros autores observan en su uso. En efecto, los adolescentes se encuentran en un proceso de descubrimiento de la identidad y experimentación con la misma (Castells, 2001, p. 139). Con ello, se abre un campo interesante para la investigación: intentar comprender como se construye actualmente la identidad de los jóvenes y la experiencia que conlleva.

Según Gairín et al. (2014, p.21), podemos resumir las oportunidades que ofrecen las TIC a los jóvenes, diferenciándolas entre cuatro ámbitos de intervención: mejora y posibilidades de estudio y aprendizaje; participación y compromiso social; desarrollo de la identidad y la conexión social; y desarrollo de la creatividad y la expresión.

Por todo lo anteriormente expuesto, resulta necesario aprovechar las características o efectos positivos que tiene el uso de las TIC, así como la potencialidad de esta generación denominada “*always on*” la cual siempre se encuentra conectada. Aprovechar al máximo la capacidad innata que han desarrollado de realizar tareas o buscar y procesar información mediante la tecnología de manera simultánea. Es indudable que los jóvenes crecen “hiperconectados” a las redes y que forman parte de su proceso de socialización, por ello sería necesario que tanto desde las familias como desde las instituciones educativas se aprovechara este impulso.

4.4. La integración de las TIC en las aulas

El grado de integración de las TIC en los centros educativos es un proceso que depende de múltiples aspectos como son los políticos, administrativos y organizativos entre otros, y en los que la figura del profesorado se encuentra entre los agentes más importantes (Gargallo et al., 2003).

La relevancia y protagonismo actual de las TIC en la sociedad debe extenderse a todos los ámbitos, tanto formales como informales. En el caso de la educación, las nuevas tecnologías no pueden desligarse de los procesos de enseñanza y aprendizaje, y deben acompañar a los estudiantes en la mayor medida posible en su etapa formativa. Entre los motivos más importantes se encuentra que las habilidades que necesita la sociedad están en un proceso continuo de cambio, y por ello los sistemas de educación deben dotar a los alumnos de las competencias necesarias para desenvolverse en la sociedad en un futuro no tan lejano. Como se estudia en epígrafes posteriores de este trabajo, la competencia digital es cada vez más

importante, y facilita en gran medida otras habilidades fundamentales para el proceso de aprendizaje como son el trabajo cooperativo o colaborativo y otras competencias como aprender a aprender. Además, la utilización de la tecnología estimula la creatividad, la innovación y juega un papel importante en la superación de problemas de aprendizaje individuales (ITE, 2011, p.3).

Resulta interesante el concepto de «aulas sin paredes» de Cebrian (1998), para entender la actual posibilidad de aprender de manera constante y autodidacta mediante el uso de las TIC, por lo tanto es necesario educar en unos criterios sólidos y seguros que favorezcan un aprendizaje de calidad a lo largo de la vida. Es por esto, que dentro de las aulas y desde el punto de vista de la pedagogía y de los procesos de enseñanza-aprendizaje, las TIC deben ser aprovechadas adecuadamente ya que pueden contribuir a flexibilizar los espacios y los tiempos en los que el alumnado se comunica; y por ende, a transformar de manera eficaz y a aportar beneficios a los sistemas educativos.

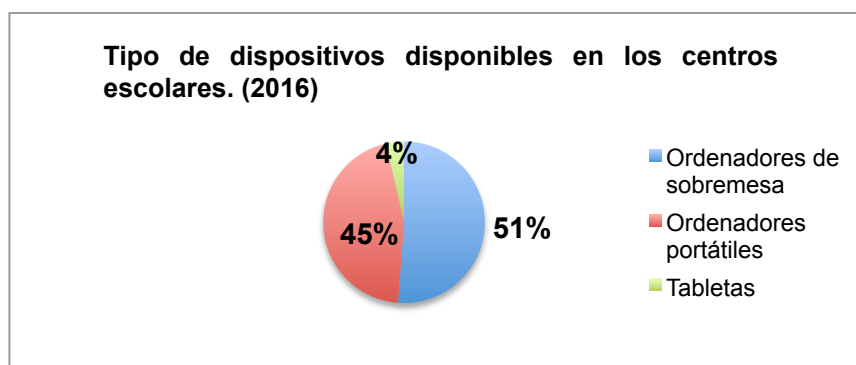
No obstante, aún queda un largo camino por recorrer en cuanto a la completa integración de los métodos de enseñanza se refiere, y haciendo referencia a los resultados del estudio de European School-net (European Commission, 2013, p. 102) se puede concluir que en general, el uso de las TIC en las aulas no ha aumentado tanto como era de esperar desde el año 2006, sino que parece haberse mantenido estable desde entonces.

Es conveniente analizar en este epígrafe algunos datos sobre la disposición de medios tecnológicos en los centros educativos. Para ello, en el Informe sobre los Indicadores del uso de las TIC en España y Europa (2016) realizado por el Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado (INTEF), se presentan los datos resultantes de la Estadística de la Sociedad de la Información y la Comunicación en los centros educativos no universitarios, correspondientes al curso escolar 2014-2015. Los datos reflejan que en el curso escolar 2014-2015, el 99,9% de los centros escolares españoles disponía de conexión a Internet, concretando que el 86,8% de esos centros disponía de conexión a Internet por vía WiFi.

En cuanto al tipo de ordenadores disponibles en los centros escolares (Gráfico 4.1.), se aprecia que un 51,2% disponía de ordenadores de sobremesa, un 45,2% de portátiles, y el 3,6% restante de tabletas. Como se puede observar, la implementación de las tabletas en los centros españoles no llega a un porcentaje del 4%,

probablemente por el esfuerzo económico que supone su disposición para distintos centros, y porque su utilización está en gran medida destinada al profesorado, en sus tareas de preparación docente, o como recurso de control del alumnado, para la incidencia de faltas u otras actividades docentes. Pero la tendencia de su integración parece estar en aumento, en detrimento de los libros de texto convencionales o de los ordenadores para los niveles de secundaria y bachillerato, ya que su implementación mejora las labores tanto del docente como del alumnado. Esta herramienta tecnológica favorece la movilidad, la rapidez y adaptabilidad en las clases; y para los alumnos resulta un dispositivo cómodo, fácil de utilizar y con el que suelen estar familiarizados, además de permitirles navegar, buscar, consultar información, y realizar las tareas de forma *online*.

Gráfico 4.1. Tipos de dispositivos disponibles en los centros escolares en España (2016).



Fuente. Elaboración propia a partir de los datos del INTEF. 2016.

Por otro lado, un 92,7% de los centros escolares disponía de conexión a Internet en las aulas habituales de clase. Y de media entre todos los centros escolares españoles, había 3 alumnos por ordenador destinado a tareas de enseñanza y aprendizaje, es decir, ordenadores destinados preferentemente al profesorado y a la docencia con alumnos. Estos ordenadores o dispositivos disponibles en los centros educativos españoles se utilizaron mayoritariamente (77,1%) para la docencia o utilización directa con alumnos, y habitualmente se encuentran ubicados en aulas de informática o en aulas ordinarias. Un porcentaje menor, de un 14,4%, se utilizó para tareas propias del profesorado como la preparación de clases o el seguimiento del alumnado y estos dispositivos habitualmente están ubicados en las salas o despachos del profesorado. El 8,6% restante se utilizó para tareas administrativas y de otra índole.

Los datos anteriores nos dan a conocer que las herramientas TIC están prácticamente disponibles en todas las aulas de los centros educativos españoles, y que por lo tanto, su aplicación o integración en las aulas debe de ser inminente y saber aprovecharse adecuadamente.

En resumen, según Marquès (2008) podemos distinguir varios niveles de integración de estos recursos TIC en las aulas:

- Como instrumento para la gestión administrativa y tutorial.
- Como instrumento de productividad: uso de los ordenadores y programas generales (editor de textos, navegador...).
- Su aplicación en el marco de cada asignatura: función informativa, transmisora e interactiva de los recursos y de los materiales didácticos.
- Su uso como instrumento cognitivo y para la interacción y colaboración grupal.

Complementariamente, en otros trabajos como el de Barron et al. (2003) se identificaron a su vez cuatro tipos de usos de las TIC en la enseñanza en el aula focalizando en la figura autónoma del alumnado: como instrumento de investigación, como herramienta para resolver problemas y tomar decisiones, como instrumento de producción de informes y trabajos, y como recurso de comunicación.

4.4.1 Ventajas e inconvenientes de la aplicación de las TIC en las aulas

En relación a la revisión y contenido bibliográfico existente acerca de la aplicación de las TIC en las aulas, se puede simplificar que algunos estudios consideran que existen aspectos mayoritariamente negativos, o barreras que se oponen en su implementación; mientras que por el contrario, otros demuestran que la utilización de los recursos digitales y tecnológicos conlleva considerables ventajas en los procesos de enseñanza y de formación del alumnado. A continuación, se realiza una recopilación de las principales ventajas e inconvenientes que tiene su integración en la educación, analizadas por diversos autores que estudian el estado de la cuestión.

Ventajas de la utilización de las TIC en las aulas.

Son muchos los autores que estudian la implementación de las TIC en los entornos educativos y evidencian los aspectos positivos de estos instrumentos en las

aulas. A continuación, (Tabla 4.2.) se recogen las ventajas más importantes de la utilización de las TIC en los procesos de enseñanza-aprendizaje teniendo en cuenta los autores que las proponen.

Estas ventajas a su vez, se pueden considerar oportunidades que favorezcan la calidad de la educación en los niveles de secundaria y bachillerato, y que aporten a los alumnos las competencias necesarias para integrarse adecuadamente en la sociedad en un futuro. Además, son varios los autores que coinciden en la ventaja que supone la aplicación de recursos digitales y tecnológicos tanto para el desarrollo de autoaprendizaje, como para el desarrollo del trabajo en equipo o colaborativo. Ambos han de ser combinados de la manera más efectiva posible y las TIC parecen ser buenas herramientas para conseguirlo.

Inconvenientes o barreras que supone la utilización de las TIC en las aulas.

A continuación, también se muestran una serie de tablas (Tabla 4.3., Tabla 4.4., y Tabla 4.5.) en las que se recogen los principales inconvenientes o barreras que supone la integración de las TIC en los entornos educativos. Se lleva a cabo una clasificación teniendo en cuenta a qué sujetos afectan en mayor medida, o por quién vienen motivados. Así distinguimos entre barreras para el alumnado, para el profesorado, e inconvenientes en el marco educativo en general.

Tabla 4.2. Ventajas de la utilización de las TIC en los procesos de enseñanza-aprendizaje.

Autor	Ventajas de la utilización de las TIC en los procesos de enseñanza- aprendizaje.
Majó y Marquès (2002)	Las innovaciones tecnológicas multimedia son el mejor instrumento para ofrecer una óptima formación en el ámbito social.
Järvelä (2006)	<ul style="list-style-type: none"> • Aumentan el grado de autenticidad del aprendizaje y el interés del alumnado. • Construyen comunidades virtuales entre alumnos, diferentes escuelas, equipos colaborativos y profesorado. • Pueden ayudar a compartir perspectivas entre estudiantes con distintos bagajes, promoviendo la ayuda entre iguales y las prácticas de referencia en diferentes campos. • Facilitan la indagación mediada por la tecnología y los modelos de resolución de problemas para incrementar las habilidades de aprender a aprender. • Proporcionan formas innovadoras (por ejemplo dispositivos móviles) de integrar el apoyo «sobre la marcha» y las interacciones en diferentes contextos de aprendizaje.
Marquès (2008)	Generan sinergias positivas en la comunicación, aprendizaje y trabajo colaborativo, proceso de información, metodología didáctica y herramienta de gestión.
Coll y Martí (1990)	<ul style="list-style-type: none"> • Favorecen el autoaprendizaje. • Eliminan las barreras espacio-temporales entre profesor y el alumno/a.
Cabero (2007)	Ofrecen nuevas posibilidades para la orientación y la tutorización de los estudiantes.
Berríos y Buxarrais (2005).	Mejoran la satisfacción personal del profesorado, el rendimiento de su trabajo y la relación con el alumnado.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.3. Inconvenientes de la utilización de las TIC para el alumnado.

Autor	Inconvenientes de la utilización de las TIC para el alumnado
Dueñas et. al. (2011)	Disminución del rendimiento académico de los estudiantes por el uso inadecuado de las tecnologías.
Naval et al. (2003)	Una atención excesiva al teléfono móvil, provoca distracción y falta de concentración a la hora de estudiar.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.4. Barreras para el profesorado en la utilización de las TIC.

Autor	Barreras para el profesorado en la utilización de las TIC
Berzosa y Arroyo, (2016); Padilla et al. (2015); Ramírez et al. (2011); Berríos y Buxarrais, (2005).	La falta de incentivos al profesorado.
	Las actitudes del profesorado.
	La falta de flexibilidad curricular.
	La falta de confianza en las posibilidades de la formación virtual.
	Se requiere más trabajo por parte del profesor en la preparación de las clases.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.5. Inconvenientes de la utilización de las TIC en el marco educativo.

Autor	Inconvenientes de la utilización de las TIC en el marco educativo.
Cabero, (2007, p.10)	<ul style="list-style-type: none"> - La necesidad de infraestructuras adecuadas. - La necesidad de personal técnico de apoyo específico. - El coste de adquisición de equipos de calidad. - Limitaciones legales (derechos de autor, seguridad y autenticación en la valoración de las distintas actividades). - Necesidad de adaptación a nuevos métodos de aprendizaje. - Entornos aún estáticos. - Dificultades en la creación y diseño de materiales y la falta de experiencia educativa.

Fuente: Elaboración propia.

En conclusión y a posteriori de la revisión bibliográfica, se puede concluir que las ventajas que aportan el uso de las TIC en las aulas superan a los inconvenientes en cuanto a la posibilidad de mejorar la calidad de la educación en niveles de secundaria y bachillerato. Como se ha visto, integrar las nuevas tecnologías de una manera eficaz puede mejorar el rendimiento y el aprendizaje a través la motivación del alumnado, que es la clave principal a desarrollar en los jóvenes de estas etapas formativas. Enseñar a los discentes mediante el uso de recursos informáticos y digitales es una forma de acercarlos a la información y por ende al aprendizaje y al conocimiento. Este aprendizaje no ha de ser necesariamente rápido; pero sí es pertinente alcanzar un aprendizaje de calidad, duradero y que despierte el interés por descubrir, conocer y aprender más allá de los meros contenidos curriculares. A su vez, las TIC ofrecen la posibilidad de trabajar en grupos y cooperar entre compañeros en diversas actividades, creando un clima atractivo y colaborativo para el alumnado que favorecerá su implicación en las clases.

En cuanto al profesorado, es necesario cambiar la mentalidad que existe en muchas ocasiones de no poder seguir el ritmo de avance de las nuevas tecnologías y recursos aplicables, y estar dispuestos a realizar una formación adecuada a lo largo del tiempo. Para ello las instituciones educativas tendrán que favorecer esta formación del profesorado e implementar los recursos y medios necesarios intelectuales y de infraestructuras, para que las nuevas tecnologías sean aplicables de la manera más eficaz posible en los centros educativos.

4.4.2. Algunas buenas prácticas recomendables a realizar en los centros educativos

La utilización de las TIC en el entorno educativo es en definitiva una opción aplicable o no en las aulas, que como hemos visto anteriormente conlleva una serie de consecuencias positivas y negativas. El profesorado decide en última instancia a qué nivel se llevará a cabo la integración de los recursos digitales y tecnológicos, ya que pueden disponer la metodología que consideren más oportuna para la impartición de la materia en las clases. En este sentido, en un estudio que realiza Área (2016, p.85) sobre *modelos de integración didáctica de las TIC en el aula*, se encuentran dos patrones o modelos diferenciados. Por una parte, un modelo de integración didáctica débil de la tecnología en el aula, caracterizado por que las TIC se emplean con poca frecuencia (pocas veces, o alguna vez a la semana) y para tareas de enseñanza

expositivas y de reproducción del conocimiento con agrupamientos del alumnado de tipo individual y/o grupal. Y por otra parte, un modelo de integración didáctica intensiva de las TIC, caracterizado por emplear frecuentemente las TIC (muchas veces a la semana, o todos los días) y para diversas tareas y demandas didácticas que implican tanto trabajo individual como grupal, exposiciones del docente y de los estudiantes, así como la demanda de búsqueda de información y elaboración de contenidos digitales por los alumnos y la creación y comunicación de contenidos en la red (escribir en blogs o elaborar actividades online).

Existen muchas posibilidades y niveles de implementación de las TIC en las aulas, pero una metodología combinada de manera adecuada de recursos tradicionales y tecnológicos puede favorecer el proceso de enseñanza-aprendizaje, y motivar la disposición e interés por parte del alumnado.

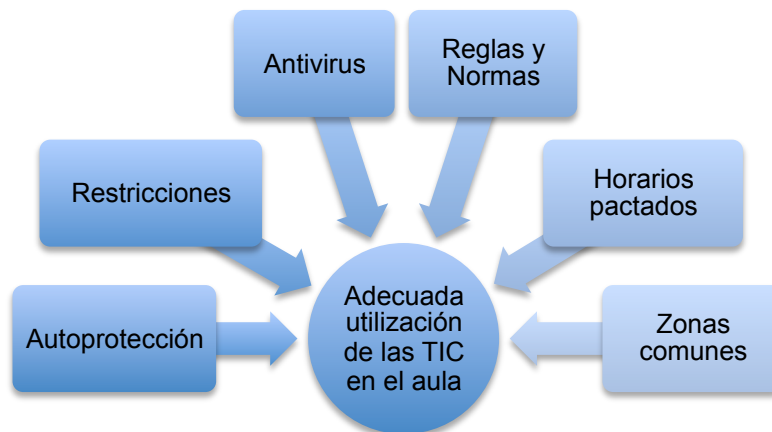
Para llevar a cabo la integración de los diferentes recursos TIC en las aulas es necesario que en los centros se implementen medidas de buenas prácticas, como refleja el estudio de Área y Correa (2010, p.64) en el cual se analiza la implementación de las TIC en las aulas educativas de los niveles de secundaria y establecen unos modelos que sirvan de referencia a las nuevas propuestas en los centros educativos. Según estos autores, es necesario que se implementen prácticas que potencien el uso pedagógico de las TIC en ámbito escolar, y que en definitiva:

- Sean innovadoras, ejemplares y transferibles a nuevas situaciones o contextos educativos.
- Sean coherentes con los principios de un modelo de enseñanza-aprendizaje basado en el aprendizaje socio constructivista.
- Proporcionen experiencias de aprendizaje valiosas para el alumnado.
- Estén integradas en los procesos de implementación de los programas curriculares.
- Utilicen con fines pedagógicos una variedad de recursos y materiales digitales.

Además de todo esto, es necesario que de manera conjunta, los centros educativos y las familias colaboren llevando a la práctica una serie de medidas que favorezcan, controlen y eviten actuaciones que repercutan negativamente en el aprendizaje y en general en la personalidad del alumnado. Es por ello, que como especifica Gairín (2018), se deben de llevar a cabo una serie de medidas y actuaciones con respecto a la utilización de las TIC en las aulas. Estas se podrían

sintetizan brevemente en las siguientes, como se observa en la figura representada a continuación (Figura 4.1).

Figura 4.1. Medidas y actuaciones conjuntas al uso de las TIC en el aula.



Fuente: Elaboración propia a partir de Gairín (2018).

4.5. Diferentes recursos TIC para incorporar en las aulas de Economía

Son muchos los recursos tecnológicos y digitales que actualmente se pueden incorporar a los procesos de enseñanza-aprendizaje, y en concreto a las materias de economía en las etapas de secundaria y bachillerato. Estas asignaturas requieren por su naturaleza social, de una continua actualización de contenidos, y de una visión práctica, dinámica y aplicable a la vida real para un aprendizaje de calidad. Por ello, es aquí donde los recursos TIC se ofrecen como una herramienta que favorece la motivación, el atractivo e interés hacia las asignaturas, y que ofrece al alumnado las vías para conseguir un aprendizaje que logre potenciar las competencias exigidas.

El ritmo de innovación en cuanto a las TIC se refiere es muy elevado, y requiere de la adaptación y formación constante por parte del profesorado y del alumnado. Esto hace que existan multitud de criterios para clasificar los recursos TIC aplicables en las aulas. Algunas de las categorizaciones propuestas por diversos autores son las siguientes. Por una parte, la clasificación de Gómez (2014), la cual resume los recursos TIC aplicables a la educación en recursos tipo web 2.0, de redes sociales, de presentaciones, mapas conceptuales, marcadores sociales y buscadores de aplicaciones o de animaciones.

Otros autores por su parte, como García et al. (2008), proponen un modelo *e-learning* de recursos tecnológicos para construcción del conocimiento con los siguientes pasos, los cuales constituyen el proceso formativo:

1. Búsqueda de información en la web.
2. Diálogo, análisis y reflexión compartida en clase.
3. Trabajo individual.
4. Selección y clasificación de material teórico.
5. Producción de nuevos materiales.
6. Simulación práctica.
7. Exposición de materiales para valoración grupal.
8. Evaluación.
9. Difusión de los resultados.

Finalmente, otra clasificación de los recursos TIC educativos es la que propone Cacheiro (2010, p. 61-90), la cual simplifica la tipología de recursos según los fines en tres grandes bloques. Primero, los recursos de información, los cuales permiten obtener datos e informaciones complementarias para abordar una temática. A su vez, clasifica los recursos de colaboración, los cuales permiten participar en redes de profesionales, instituciones, etc. Y por último, recursos de aprendizaje, los cuales posibilitan el llevar a cabo los procesos de adquisición de contenidos, objetivos y competencias que se encuentran previstas en la planificación educativa.

Para la realización de este trabajo, en concreto de este epígrafe, se ha llevado a cabo una recopilación y enumeración propia, representada en la (Tabla 4.6.), a partir de los modelos propuestos por los diferentes autores expuestos anteriormente. En concreto, una organización que relaciona la categorización de Gómez (2014) y de Cacheiro (2010, p.61-90), considerando personalmente que esta última no aborda individualmente todos los aspectos formativos, y que además es probable que algunos recursos puedan incorporarse en varios aspectos a la vez.

Esta propuesta de enumeración de recursos TIC se ha realizado teniendo en cuenta que sea aplicable de una manera realista al escenario educativo del nivel educativo de bachillerato, concretamente para las asignaturas de economía como se comentaba con anterioridad, y que se encuentre dentro del alcance de conocimiento, posibilidades de ejecución y limitaciones del alumnado y profesorado. Son recursos digitales a los que en su mayoría, se tiene acceso de una manera libre y gratuita, lo

cual facilita su utilización tanto en los entornos domésticos como en los académicos sin necesidad de licencias.

Tabla 4.6. Recopilación de recursos TIC aplicables en las aulas de economía.

Recursos TIC	1. Búsqueda y obtención de información.
	2. Organización y disposición de materiales para las clases.
	3. Realización de presentaciones.
	4. Espacios web para crear contenido y compartir información.
	5. Organizadores gráficos.
	6. Redes sociales.
	7. Multimedia.
	8. Realización de actividades interactivas o virtuales.

Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se ofrecen algunos ejemplos de todos los recursos TIC disponibles para cada una de las ocho categorías propuestas, que considero que resultan útiles en la labor académica y que se pueden implementar en las clases. Los enlaces disponibles a los diferentes enclaves web o aplicaciones, se encuentran en el **ANEXO V** del presente trabajo.

1. Búsqueda y obtención de información.

Estos recursos se encuentran disponibles de manera libre y gratuita en los servidores de Internet. Facilitan la búsqueda de información de manera rápida, y para cuestiones precisas y de las que no sea necesario un análisis o estudio minucioso. En el nivel de bachillerato resulta muy útil ya que el alumnado puede consultar y contrastar informaciones o incluso documentarse y revisar otros trabajos de su nivel académico.

- Google Académico (Google Scholar): es un buscador de Google enfocado y especializado en la búsqueda de contenido y literatura científico-académica. Puede resultar útil para la documentación previa a la realización de trabajos o alguna búsqueda guiada por el profesor, ya que el nivel puede ser elevado.

- Khan Academy: ofrece ejercicios de práctica, videos instructivos y un panel de aprendizaje personalizado que permite a los alumnos aprender a su propio ritmo, dentro y fuera de las clases.
- Open Learn: es un sitio web educativo, abierto y gratuito. Se autodenomina la universidad abierta ya que contribuye con Recursos Educativos Abiertos (OER) como proyecto.
- Wikipedia: es una enciclopedia libre, políglota y editada de manera colaborativa. Es recomendable contrastar muchos de sus contenidos, pero puede ser apropiado para búsquedas concretas y rápidas, ya que es una enciclopedia libre y fácil de consultar.
- WebEconomía : web con recursos de las diferentes asignaturas de economía. Es una web gratuita en la que es preciso tener un nombre de usuario y contraseña para acceder a los contenidos. Dispone de ejercicios, tipos de exámenes EBAU que puede resultar muy útil a los alumnos de segundo curso de bachillerato.
- EduCaixa: web de la Caixa que ofrece actividades gratuitas para alumnos, recursos por nivel, vídeos interactivos y herramientas tanto para dentro como fuera de las aulas.
- EcoBachillerato: blog para alumnado y profesorado que dispone de recursos útiles y variados para realizar en clase. Tiene multitud de actividades y exámenes para las pruebas EBAU que en niveles de bachillerato pueden resultar muy útiles.

2. Organización y disposición de materiales para las clases.

Estas aplicaciones o herramientas son útiles para la disposición virtual de materiales para las clases, y en definitiva para que la relación profesor-alumno sea más cercana y que el canal digital sea una forma de inmediatez comunicativa.

- Google Drive: es un servicio de alojamiento de archivos, se puede acceder a los archivos en cualquier lugar y desde cualquier dispositivo. Además, se puede compartir, crear documentos, hojas de cálculo y presentaciones colaborando con otras personas en tiempo real y editar simultáneamente lo cual favorece la realización de trabajos sin necesidad de encontrarse los integrantes en el mismo espacio físico. Otra plataforma semejante podría ser Microsoft OneDrive.

- Google Calendar: es una agenda y calendario electrónico desarrollado por Google. Además permite sincronizarlo de manera que se pueda invitar a contactos y compartir eventos. Esto puede resultar muy útil para la comunicación y planificación de la asignatura por parte de los profesores y alumnos.
- Dropbox : de igual manera que Google Drive, es un servicio de alojamiento de archivos multiplataforma en la nube que permite interactuar y colaborar entre participantes.
- Edmodo: es una red social gratuita, y actualmente la plataforma de educación líder mundial. Diferencia los perfiles entre profesores, alumnos y padres, permitiendo compartir mensajes, archivos y enlaces, un calendario de trabajo, así como proponer y gestionar tareas y actividades. Cuenta con un diseño intuitivo, fácil de utilizar y con diversidad de herramientas para crear, planificar, ver el progreso y librería de recursos.

3. Realización de presentaciones video /audio y recursos gratuitos.

Estas aplicaciones son recursos que permiten crear presentaciones de imágenes, vídeos o audios que faciliten la explicación de algún tema o la presentación de trabajos de la asignatura.

- Prezi: es un programa de presentaciones para explorar y compartir ideas sobre un documento virtual basado en la informática en nube.
- PowerPoint: es un programa de la plataforma Microsoft que permite realizar presentaciones de diapositivas. Actualmente es el más utilizado para este tipo de prácticas.
- Slideshare: es un sitio web 2.0 de espacio web de diapositivas que ofrece a los usuarios la posibilidad de subir y compartir en público o en privado presentaciones de diapositivas.
- Flickr: es un sitio web que permite almacenar, ordenar, buscar, vender y compartir fotografías o videos en línea, a través de Internet.
- Glogster: es una herramienta web 2.0 que permite crear murales digitales multimedia que posteriormente pueden ser impresos, insertados en una web (blog de aula, personal, etc.), proyectados y utilizados en clase mediante una PDI o pizarra digital normal como apoyo a la presentación de unos determinados contenidos.

- Audacity: es una aplicación informática multiplataforma libre, que se puede usar para la grabación y la edición de audio.
- Pixabay: es un sitio web internacional para el intercambio de fotos de alta calidad. Estas imágenes en este sitio son registradas en el dominio público y pueden ser utilizadas tanto por profesores como por alumnos de manera gratuita y libre de licencias.
- Movenote: es una herramienta 2.0 muy útil para el trabajo docente, ya que permite crear tutoriales, lecciones, vídeos explicativos, etc. para nuestras clases presenciales y también para colgar en el blog o en el aula virtual. Es una herramienta que permite grabar las explicaciones sobre un tema pero, además, se pueden subir otros elementos como imágenes o enlaces.

4. Espacios /web para crear contenido y compartir información.

Estos espacios permiten crear páginas web, o blogs, los cuales son espacios virtuales en los que compartir información, opiniones, e incluso realizar tareas y trabajos que puedan ser vistos por toda la clase. Es una forma muy útil de favorecer la *feedback* entre compañeros y profesores, ya que permite interactuar con comentarios entre usuarios. Igualmente, podría resultar enriquecedor para el aprendizaje de los alumnos que los compañeros leyeran los *post* y realizaran comentarios con sugerencias al respecto evaluables por el profesor.

- Google Sites: es una herramienta en línea gratuita ofrecida la aplicación Google que permite la creación de páginas web de forma sencilla. A su vez permite colaborar con otras personas en su creación y contenido.
- Wordpress: es una plataforma para la creación de blogs de manera sencilla e intuitiva. Resulta muy fácil para alumnos de estas etapas formativas.
- Blogger: es un sitio web indicado para quienes apenas están empezando a crear un blog en internet. Resulta muy sencillo de usar y permite crear un blog propio con artículos y un diseño limpio y fácil de aplicar.
- Wikispaces: es un servicio de alojamiento web que permite editar páginas por varios usuarios a la vez, pensado para favorecer el trabajo colaborativo.

5. Organizadores gráficos /realización de mapas conceptuales

Estas herramientas permiten realizar organizadores gráficos o mapas conceptuales. Pueden resultar muy útiles para realizar actividades al final de

las unidades didácticas a modo de esquemas o resúmenes que faciliten al realizarlo por ellos mismo el estudio por parte de los alumnos.

- Xmind: es un programa abierto y gratuito para la realización de mapas conceptuales.
- Mindomo: aplicación para crear mapas conceptuales, en la que los alumnos pueden explorar la información y decidir por sí mismos qué aspectos son los más importantes y qué conexión tienen con lo que ya conocen, favoreciendo su pensamiento crítico.
- Freemind: es un programa de ordenador gratuito que permite la elaboración de mapas mentales o de conceptos, programada en Java.
- Bubbl.us: es una herramienta para crear mapas conceptuales de forma online. Su uso es fácil e intuitivo, por ello es una herramienta 2.0 muy adecuada para el trabajo de clase ya que ofrece la posibilidad de realizar los mapas colaborativamente. Se puede utilizar sin registro previo y exportar los trabajos, aunque para obtener un mejor servicio y poder guardar los mapas es conveniente crear una cuenta.
- Quizbox: herramienta que puede resultar muy útil si se quiere insertar en la página web o blog algún tipo de cuestionario de respuesta múltiple. Permite construir un formulario de preguntas y respuestas para evaluar algún contenido con sistema de autocorrección.
- Wordle: aplicación de carácter gratuito en la que el usuario puede crear sus propias nubes de palabras, las cuales pueden adoptar diversas formas, colores y fuentes.
- CmpaTools: es un generador de mapas de ideas, esquemas, diagramas, que combina texto con imágenes y flechas para organizar conceptos e ideas de una forma sencilla y práctica.
- MyScript Calculator: es una aplicación de calculadora que permite utilizar el terminal Android o Apple y puede resultar útil para el alumnado, y para realizar operaciones matemáticas sin necesidad de una calculadora convencional.
- Daum Equation Editor: aplicación que permite escribir ecuaciones rápidamente que luego se pueden editar (cambiando símbolos, tamaño, texto), guardar como texto o guardar como imágenes para ser integradas en documentos.
- Picktochart: aplicación gratuita online para la realización de infografías, es intuitiva y fácil de utilizar.

5. Redes sociales

Actualmente las redes sociales son uno de los medios más utilizados para la comunicación entre las personas, ya que conectan a los individuos y permiten relaciones de intercambio. Probablemente, los alumnos se relacionen por medio de estas redes, con lo cual sería útil motivarles a realizar actividades controladas en las que utilicen estos medios. A su vez las redes sociales pueden favorecer el compromiso y el aprendizaje cooperativo y social, además de fomentar las relaciones a través del diálogo y la sociabilización, y conectar a los alumnos. Utilizadas de la menor forma posible pueden ser una herramienta potencial y motivadora para realización de diferentes actividades para los alumnos.

- Facebook: es una red social que conecta a las personas. Permite interactuar colgando en el perfil personal fotos, artículos, noticias, o comentarios para otros usuarios.
- Twitter: es una aplicación web gratuita de microblogging que cumple las características de los blogs, las redes sociales y la mensajería instantánea. Permite a sus usuarios estar en contacto en tiempo real con otras o entidades personas a través de mensajes breves de texto a los que se denominan *tweets*, los cuales son breves mensajes que no deben superar los 280 caracteres, vía web, teléfono móvil, o a través del correo electrónico.
- Instagram: es una red social enfocada a la subida y tratamiento de imágenes que permite utilizar filtros fotográficos avanzados. Posteriormente se puede compartir con otras personas e interactuar.

6. Multimedia

- TED: (Tecnología, Entretenimiento, Diseño) es una organización sin fines de lucro que ofrece conferencias y charlas de un amplio espectro de temas que incluyen ciencias, arte y diseño, política, educación, cultura, negocios, asuntos globales, tecnología, desarrollo y entretenimiento.
- YouTube: es un sitio web gratuito dedicado a compartir vídeos de diferente carácter. Presenta una variedad de clips de películas, programas de televisión y vídeos musicales, así como contenidos como videoblogs.

- YouTube Edu: es un proyecto de YouTube en español que crea un espacio educativo abierto y gratuito que beneficie a profesores y estudiantes, haciendo públicos cada vez más contenidos educativos de calidad.
- TeacherTube: es una red social que permite alojar y compartir videos, audios, y documentos que han sido creados por usuarios del entorno de la enseñanza. A diferencia del buscador YouTube, TeacherTube se especializa en contenido didáctico enfocado para padres, alumnos y profesores.
- Khan Academy: es un sitio web y una organización de aprendizaje electrónico gratuito, basado en donaciones para un proyecto sin ánimo de lucro. Cuenta con más de 4.300 vídeos dirigidos a estudiantes de educación secundaria sobre matemáticas y humanidades como economía, finanzas e historia, entre otras.
- HelloMind: aplicación gratuita que propone una “banda sonora” personalizada para motivar y realizar cambios de conducta y mejorar la actitud, a través de la música. Puede resultar beneficiosa para la realización de actividades o ejercicios en clase y que escuchen música que ayude a los alumnos a concentrarse, e incluso como recomendación para sus horas de trabajo en el hogar.

7. Realización de actividades interactivas o virtuales.

La realización de actividades interactivas y juegos virtuales por parte del alumnado resulta una de las tareas motivadoras en el transcurso de las clases. Supone además una utilización didáctica de los dispositivos electrónicos y favorece la cooperación entre los alumnos al crear equipos de juego. Además, permite realizar repasos de los contenidos y favorecer el aprendizaje y la resolución de posibles dudas.

- Socrative: aplicación de gestión de la participación de los estudiantes en el aula en tiempo real. Permite realizar test, evaluaciones, actividades, etc. y manejar los datos por el profesor. Además tiene una app con una interfaz específica para el docente y otra para el alumno.
- Kahoot!: es una plataforma gratuita que permite la creación de cuestionarios de evaluación. Es una herramienta por la que el profesor crea concursos en el aula para aprender o reforzar el aprendizaje y donde los alumnos son los concursantes de juego.

- Constructor 2.0: es una herramienta que la Consejería de Educación de Extremadura ha creado para que los docentes puedan crear sus propias actividades educativas digitales.
- HotPotatoes: es una herramienta software gratuita que consta de varios programas o esquemas predeterminados (también llamados comúnmente "patatas") que sirven para la realización de diversos tipos de ejercicios interactivos multimedia para los alumnos. Estos ejercicios se podrán publicar en un servidor Web y difundir a través de Internet. Su interfaz no es actual, pero es fácil y sencilla de utilizar.
- Random name picker: aplicación que consta de una ruleta aleatoria para elegir un nombre de un alumno para que participe en alguna actividad. Les resulta motivador que no sea el profesor el escoja a un participante, ya que sienten que no puede resultar justo y de esta manera resulta motivador y divertido para algunas ocasiones.

4.6. La Competencia digital. El marco legal de las TIC en la Educación Secundaria y Bachillerato

Es la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos) la que define *Competencias* por primera vez en su documento de 2004⁴, en el que propone que este término no sólo sea “saber”, sino “saber hacer” y tener “capacidad para desenvolverse en la vida”. Como fin último al desarrollarlas en los alumnos: “una competencia es más que un saber y unas destrezas. Implica la habilidad para resolver demandas complejas, mediante la utilización de los recursos psicosociales (incluyendo destrezas y actitudes) en un contexto específico (...)” (OCDE, 2004, p. 4).

En referencia a la legislación española, más en concreto en *El Real Decreto 1631/2006 de 29 de diciembre* por el que se establecen las enseñanzas mínimas correspondientes a la Educación Secundaria Obligatoria, se introduce por primera vez en el currículo educativo español la competencia digital, incorporando en sus fines la obtención de diferentes habilidades no sólo en la utilización de las herramientas tecnológicas, sino en el tratamiento de la información por parte de las personas de forma autónoma, eficaz, responsable, crítica y reflexiva (MEC, 2006, p. 688).

⁴ Comisión Europea. Dirección General de Educación y Cultura (2004). Competencias clave para un aprendizaje a lo largo de la vida. Un marco de referencia europeo.

En posteriores reformas educativas, *El Real Decreto 1105/2014, de 26 de diciembre* por el cual se establece el currículo básico de la Educación Secundaria Obligatoria y del Bachillerato, publicado en el Boletín Oficial del Estado (BOE) el 3 de enero de 2015, distinguen siete tipos de competencias que los alumnos deben adquirir al finalizar sus estudios en esta etapa. Ya en la *Orden ECD/65/2015, de 21 de enero*, se describen las relaciones entre las competencias, los contenidos y los criterios de evaluación de la Educación Secundaria Obligatoria y el Bachillerato en la LOMCE (Ley Orgánica para la Mejora de la Calidad Educativa). El objeto de esta orden es describir las relaciones entre ellas según lo indicado en la disposición adicional trigésima quinta de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación. Las competencias clave que se establecen la orden son las siguientes:

- a) Comunicación lingüística.
- b) Competencia matemática y competencias básicas en ciencia y tecnología.
- c) Competencia digital.
- d) Aprender a aprender.
- e) Competencias sociales y cívicas.
- f) Sentido de iniciativa espíritu emprendedor.
- g) Conciencia y expresiones culturales.

La LOMCE integra en el currículo escolar español el término "competencias clave", y especifica que debe implicar una completa reformulación de los métodos de enseñanza. Del "saber" al "saber hacer" y de "aprender" a "aprender a aprender". Todo ello con la finalidad última de que los estudiantes alcancen una serie de aptitudes que les permitan incorporarse a la vida adulta y al mercado laboral con éxito y garantías una vez finalizadas estas etapas educativas.

El papel de los profesores y docentes también queda reflejado en la legislación, y es en el *Anexo II de la 738 Orden ECD/65/2015 de 21 de enero de 2015*, donde se define el rol del profesor como integrador necesario de las TIC y de los recursos virtuales en el proceso de enseñanza, mediante su implicación en la selección y uso de diferentes materiales y recursos; y potenciando metodologías activas y contextualizadas que faciliten la participación de los alumnos (BOE, 2015, p.8).

Como se puede entender de las concreciones que establece la legislación española, las competencias son un elemento integrador del currículum de la etapa de Educación Secundaria y Bachillerato y deben estar presentes en el desarrollo de las

actividades de clase. En el presente trabajo se profundiza en los objetivos concretos de la competencia digital, la cual es la competencia que en mayor medida se relaciona con el uso de las TIC en la educación. Gutiérrez (2007) afirma que esta competencia digital ha de entenderse con un carácter amplio y referida a cualquier medio de recibir y elaborar información, tanto los anteriormente considerados audiovisuales como los informáticos.

En la Orden ECD/65/2015, de 21 de enero que se cita anteriormente, se define la competencia digital de la siguiente manera (Sec.I, p. 6995):

“La competencia digital es aquella que implica el uso creativo, crítico y seguro de las tecnologías de la información y la comunicación para alcanzar los objetivos relacionados con el trabajo, la empleabilidad, el aprendizaje, el uso del tiempo libre, la inclusión y participación en la sociedad.”

Además, en el desarrollo de esta competencia se da suma importancia a la necesaria adecuación a los cambios que introducen las nuevas tecnologías en la alfabetización, la lectura y la escritura. Todo esto conlleva el conocimiento de las principales aplicaciones informáticas y el acceso a las fuentes y el procesamiento de la información; y por supuesto, el conocimiento de los derechos y las libertades que asisten a las personas en el mundo digital. Esta competencia requiere a su vez de una serie de actitudes activas, críticas y realistas, así como de valores que permitan a los alumnos tener la capacidad de interactuar socialmente en torno a ellas. Por otra parte, la competencia digital también conlleva la puesta en práctica de la metodología de trabajo colaborativo entre los alumnos, así como la motivación y la curiosidad por el aprendizaje.

Adicionalmente, la legislación establece que para un adecuado desarrollo de la competencia digital, resulta necesario abordar en primer lugar la información, comprendiendo cómo se gestiona y sabiendo escoger entre los diferentes motores de búsqueda, así como ser capaces de analizar y validar las fuentes de información fiable de las que no lo son. Seguidamente, abordar la comunicación, y reconocer diferentes medios de comunicación digital, así como la participación y colaboración que estos permiten en la creación y tratamiento de los contenidos. Y por último, la legislación indica que los alumnos deben ser capaces de abordar críticamente la cuestión de la seguridad y conocer los riesgos del uso de las TIC y sus aspectos adictivos. Finalmente, los discentes han de desarrollar adecuadamente la resolución de diversos

problemas teóricos y técnicos combinando las tecnologías digitales con las no digitales.

En resumen, y como se aprecia en la Figura 4.2. que se muestra a continuación, para el adecuado desarrollo de la competencia digital resulta necesario abordar seis aspectos fundamentales que son la información, (así como ser capaces de analizarla, interpretarla, cotejarla, evaluarla y transformarla), la comunicación, la creación de contenidos, la resolución de problemas y la seguridad.

Figura 4.2. Aspectos que debe abordar la competencia digital en las etapas de educación secundaria y bachillerato.



Fuente: Elaboración propia a partir de la *Orden ECD/65/2015 de 21 de enero de 2015*. (BOE, 2015).

5. LA ACTITUD DE LOS DISCENTES FRENTE A LAS TIC. INVESTIGACIÓN AL ALUMNADO DEL I.E.S. LA MERCED.

5.1. Objetivos y metodología

La investigación que se lleva a cabo en el presente trabajo, parte de la necesidad de abordar y conocer el grado de aplicación de los nuevos recursos tecnológicos o digitales en las aulas de las etapas educativas de Bachillerato. Se pretende analizar a través de las respuestas del alumnado, la frecuencia percibida de uso de las TIC tanto por su parte, como por la parte de los profesores en el ámbito de las clases. Además, otro objetivo de la investigación es conocer la disponibilidad de recursos con los que cuentan los jóvenes, sus preferencias en cuanto a su utilización para los fines educativos se refiere, y en definitiva, analizar la percepción del alumnado en cuanto a si la implementación de estos recursos mejora los procesos de enseñanza- aprendizaje tanto dentro como fuera de los centros educativos, estimula su motivación, y favorece en los resultados de las asignaturas en general, y en concreto de las materias de Economía.

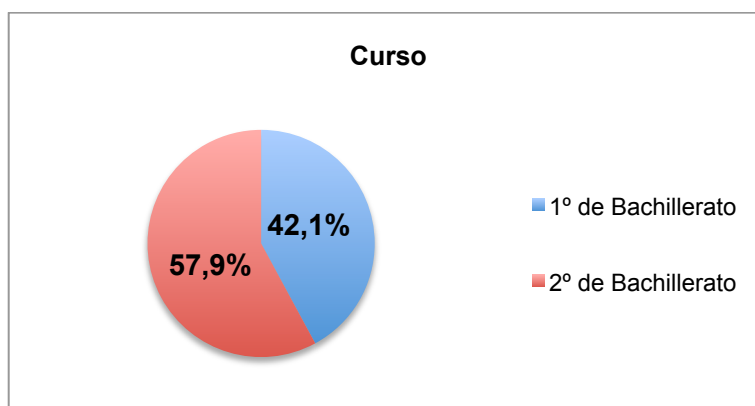
La metodología utilizada para la recogida de datos primarios en la investigación es la realización de una encuesta a través de un cuestionario online, mediante la aplicación de Google, *Google Docs*, de una serie de preguntas acerca de la disposición, utilización e implementación de las TIC en el ámbito educativo, por parte de los alumnos del Instituto de Educación Secundaria La Merced en Valladolid.

En referencia al diseño del cuestionario online, este cuenta con una breve introducción en la que se explica al alumnado la finalidad y las características que presenta la encuesta, así como su carácter totalmente voluntario y anónimo, y el uso exclusivo de los datos recogidos para el presente Trabajo Fin de Master. El cuestionario cuenta con 37 preguntas en total, siendo 36 de ellas cerradas con varias opciones de respuesta, y una pregunta voluntaria abierta, (el modelo del cuestionario se encuentra disponible en el **ANEXO I** del presente trabajo). Las preguntas cerradas están configuradas en su mayoría, con escalas Likert de cuatro elementos de conformidad (teniendo en cuenta que 1 significa "en total desacuerdo" y 4 "en total acuerdo"). Se presentan a su vez otro tipo de preguntas cerradas de carácter dicotómico cuya respuesta se limita a (sí o no), como es el caso de las cuestiones referidas a la disposición de algún dispositivo tecnológico concreto.

En cuanto a la muestra de alumnado participante en la investigación, se trata de diecinueve discentes anónimos y voluntarios de los cursos de Primero y Segundo de Bachillerato del I.E.S. público La Merced de Valladolid. No es una muestra altamente representativa, pero supone una concepción inicial de las opiniones y puntos de vista de los alumnos y alumnas de estas etapas formativas, y pueden sentar las bases de líneas de investigación futuras. En concreto, la muestra está compuesta por alumnado de la especialidad de Ciencias Sociales o del Bachillerato de Investigación y Excelencia que cursan las asignaturas tanto de Economía, como de Economía de la Empresa.

Característicamente, la muestra por género revela que del total, 14 de los encuestados son alumnas, y 5 son alumnos, superando así el porcentaje de participantes de género femenino en un 47,4% al de los participantes de género masculino. Por otro lado, como se puede observar en el Gráfico 5.1 que se representa a continuación, la muestra en relación al nivel formativo cursado por los encuestados se divide en un 57,9% del total (11 discentes) procedentes del curso de Segundo de Bachillerato, los cuales están cursando la asignatura de Economía de la Empresa; y de un 42,1% restante (8 discentes) procedentes del curso de Primero de Bachillerato, los cuales están cursando la asignatura de Economía.

Gráfico 5.1. Curso académico al que pertenece la muestra de alumnado encuestada.



Fuente: Elaboración propia.

5.2. Resultados obtenidos

Una vez recogidos y analizados los diferentes datos obtenidos en los cuestionarios, se ha llegado a unos resultados relevantes en cuanto al objeto de la

investigación, los cuales se detallan a continuación divididos por la temática concreta a estudiar.

Disponibilidad y utilización de dispositivos

En cuanto a las preguntas referidas a la disponibilidad y utilización de los diferentes dispositivos informáticos o tecnológicos más habituales, el total de los encuestados dispone de un ordenador personal en casa. Además, un 65% manifiesta estar totalmente de acuerdo con la afirmación “utilizo el ordenador personal en casa”, mientras que un 15% está de acuerdo y un 20% está en desacuerdo con esa afirmación. En la utilización del ordenador personal en el ámbito escolar, es decir, para la realización de trabajos, consultar dudas de clase o el estudio, supone que una mayoría de un 63,2% de la muestra esté totalmente de acuerdo en utilizarlo de manera habitual, y que un 26,3% esté de acuerdo; frente a un 10,5% que no parece utilizar con mucha frecuencia el ordenador para los estudios. Se puede concluir por lo tanto, que el ordenador es una herramienta imprescindible en el ámbito educativo de los jóvenes, y que su utilización tiene un papel importante como medio para alcanzar el fin del aprendizaje de las diferentes asignaturas.

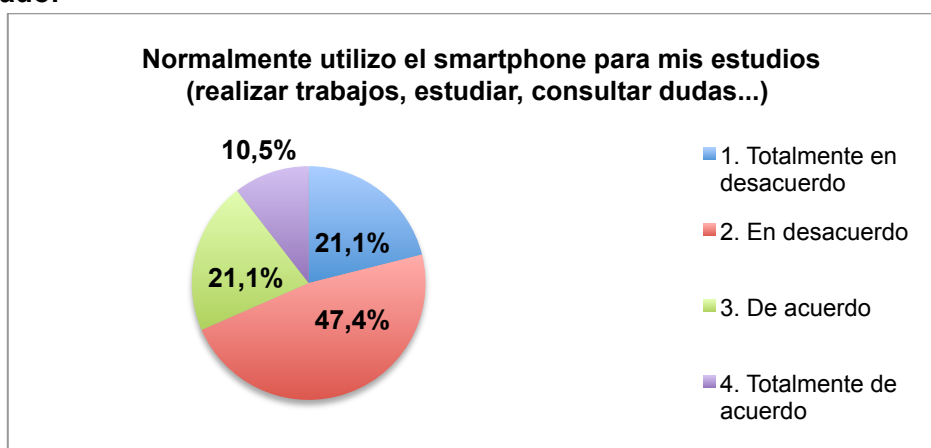
Complementariamente, el total de la muestra encuestada afirma sí disponer de conexión a Internet en el hogar, estando totalmente de acuerdo un 94,7% en utilizar la misma de manera habitual, y solamente un 5,3% de acuerdo con lo mismo.

Con respecto a la disponibilidad por parte del alumnado encuestado de otra herramienta digital, como es la *Tablet* o tableta, un 52,6% afirma disponer de una, mientras que el restante 47,4% afirmó no disponer de tal herramienta tecnológica. Por lo tanto, con respecto a la utilización de la *Tablet* en relación a los estudios, un 84,2% está totalmente en desacuerdo con utilizar la tableta para la realización de trabajos, actividades, estudiar o consultar dudas de clase; y un 15,8% está en desacuerdo. Probablemente la disponibilidad y utilidad educativa de esta herramienta esté más ligada a etapas formativas superiores, y no sea necesario que los jóvenes dispongan de una, a no ser que en los centros educativos se estipule como herramienta educativa formal, en detrimento de los libros de texto tradicionales, como actualmente es propuesta en este centro educativo en concreto.

Referente a la disponibilidad de *Smartphones* por parte del alumnado, una mayoría de un 94,7% de los alumnos encuestados afirma sí disponer de un dispositivo

móvil, frente a 5,3% que no dispone de tal herramienta digital. En cuanto a su utilización en el ámbito educativo, y como se puede apreciar en el Gráfico 5.2. mostrado a continuación, un 21,1% de la muestra está totalmente en desacuerdo con utilizarlos para los estudios, y cerca de la mitad de los encuestados, un 47,4% afirman estar en desacuerdo en utilizar esta herramienta para la realización de trabajos o actividades, para el estudio o para consultar dudas de clase. Por otro lado, un 21,1% de la muestra del alumnado encuestado, está de acuerdo con esta afirmación, y un 10,5% esta completamente de acuerdo con la utilización del dispositivo móvil con fines educativos. Se puede concluir que el teléfono móvil no supone una herramienta con un peso significativo en cuanto a los estudios de los jóvenes se refiere, quizás por el uso mayoritario para ese fin de otros dispositivos como son los ordenadores personales.

Gráfico 5.2. Utilización del *Smartphone* para los estudios por parte del alumnado.



Fuente: Elaboración propia

En relación a las *App* (aplicaciones digitales disponibles) que utiliza el alumnado o que les resultan útiles para estudiar, realizar trabajos, o consultar dudas de clase, un 21,1% afirmó sí utilizar alguna *App*, frente a un 78,9% que no utiliza ninguna aplicación en concreto. El alumnado que sí que utiliza alguna *App*, especifica concretamente utilizar las siguientes aplicaciones informáticas:

- Diccionario de la RAE.
- *WordReference* (Diccionario online gratuito).
- Apps de Word, Excel integradas en los dispositivos.
- Apps de Google: *Google Drive* (nube de documentos) y *Gmail* (correo electrónico).
- *Socratic* (asistente de tareas y solucionador de ejercicios y problemas matemáticos).

Utilización de plataformas de almacenamiento y colaboración

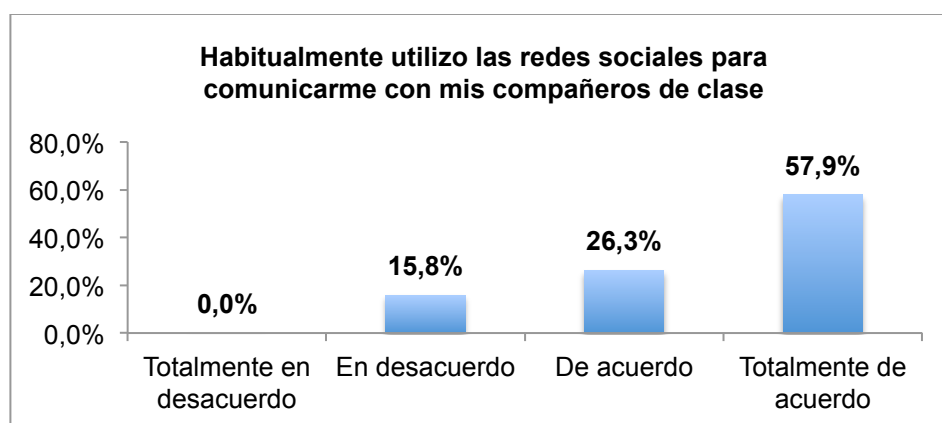
En cuanto a las plataformas de almacenamiento y colaboración de documentos en la nube (*Dropbox* y *Google Drive*) se refiere, un 57,9% de la muestra encuestada afirma sí conocer la plataforma *Dropbox*, frente a un 42,1% que no la conoce. Con respecto a la plataforma *Google Drive*, el total del alumnado encuestado sí que conoce esta herramienta tecnológica online. En referencia a la frecuencia de utilización de ambas plataformas de almacenamiento de archivos en la Nube, un 52,6% y un 42,1% de los encuestados afirma estar totalmente de acuerdo, o de acuerdo, respectivamente, en la afirmación de utilizar con frecuencia *Dropbox* o *Google Drive* para el ámbito educativo, más en concreto para la realización de trabajos y para facilitar el estudio. Por otro lado, un 5,3% está en desacuerdo en utilizar con frecuencia estas plataformas online. Adicionalmente, y en relación con la afirmación anterior, una mayoría de un 73,7% y un 21,1% consideran estar totalmente de acuerdo o de acuerdo respectivamente, en que *Dropbox* o *Google Drive* sean herramientas útiles en el entorno educativo. Únicamente, un porcentaje de un 5,3% restante considera estar en desacuerdo con esta afirmación. Conjuntamente, y con respecto a la afirmación “considero que *Dropbox* o *Google Drive* entorpecen el funcionamiento de las clases”, un 73,7% considera estar totalmente en desacuerdo, un 15,8% considera estar en desacuerdo, frente a un 10,5% que está de acuerdo con dicha afirmación.

Disponibilidad y utilización de redes sociales

En cuanto a los resultados de los cuestionarios referentes a la disposición de redes sociales, un 78,9% está totalmente de acuerdo en conocer las redes sociales más comunes. Una mayoría de un 84,2% está totalmente de acuerdo en disponer de cuenta en alguna red social; y un 63,2% está totalmente de acuerdo con la afirmación “dispongo de cuenta en 3 ó más redes sociales”. Un porcentaje de un 10,5% está de acuerdo con la afirmación, frente a un 21,1% que está en desacuerdo y un 5,3% que está totalmente en desacuerdo y no dispone de cuenta en 3 ó más redes sociales.

Con respecto a la utilización habitual de las redes sociales para comunicarse con sus compañeros de clase, un 57,9% está totalmente de acuerdo y un 26,3% está de acuerdo. Solamente un 15,8% está en desacuerdo y no utiliza las redes sociales como vía de comunicación con los compañeros como se observa en el Gráfico 5.3. que se muestra a continuación.

Gráfico 5.3. Utilización por parte de los encuestados de las redes sociales para comunicarse con sus compañeros de clase.



Fuente: Elaboración propia.

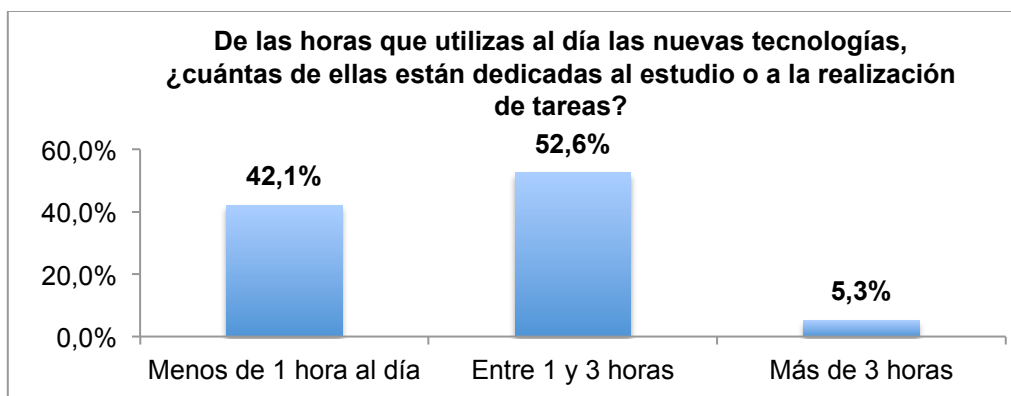
La resolución de dudas y compartir información parecen ser tareas que tienen peso en la utilización de las redes sociales por parte de los alumnos con sus compañeros de clase. Así refleja un 42,1% que está totalmente de acuerdo con utilizarlas habitualmente para este fin, y un 36,8% que está de acuerdo; frente a un 10,5% que está en desacuerdo y totalmente en desacuerdo en igual medida, pudiéndose llegar a concluir que para esta muestra de jóvenes estudiantes, las redes sociales suponen un medio de comunicación importante en el ámbito educativo más informal.

Horas dedicadas a la utilización de TIC

Por otro lado, en cuanto al tiempo en horas dedicado al día a la utilización de los dispositivos analizados anteriormente, un 47,4% de los alumnos y alumnas encuestados afirman dedicar más de 4 horas al uso de las nuevas tecnologías. Otro porcentaje de un 47,4% afirma dedicar entre 2 y 4 horas, mientras que solamente el 5,3% restante afirma dedicar menos de 2 horas al día al uso de las nuevas tecnologías mediante herramientas como el *Smartphone*, la *Tablet* o el ordenador personal.

De las horas totales que los discentes encuestados dedican al día a las nuevas tecnologías, y de manera inversa a la cuestión anterior un 5,3% de la muestra afirma dedicar más de 3 horas diarias a actividades o tareas relacionadas con los estudios, como se observa en el Gráfico 5.4. que se muestra a continuación. Por otro lado, un 52,6% de los encuestados afirman dedicar entre 1 y 3 horas diarias, y un 42,1% restante, afirma dedicar menos de una hora diaria.

Gráfico 5.4. Horas diarias que los discentes dedican al día a la utilización de las TIC para el estudio.



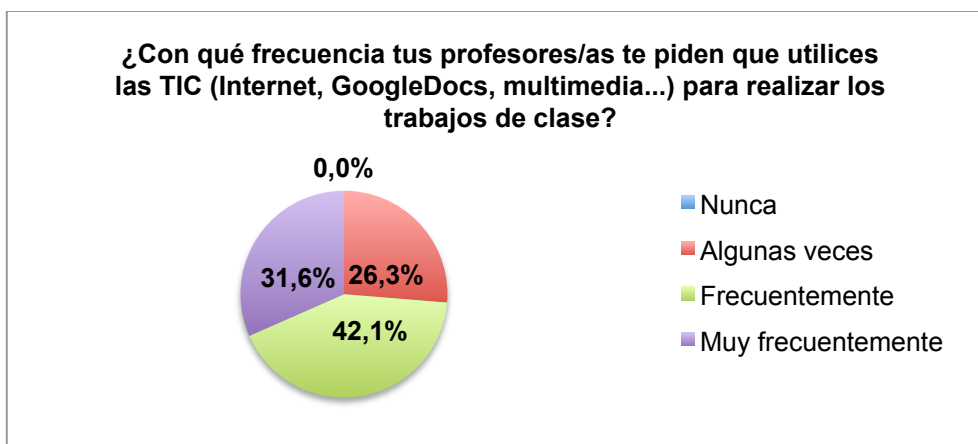
Fuente: Elaboración propia.

Utilización de las TIC por parte del profesorado

Con respecto a la utilización de instrumentos TIC por parte del profesorado durante las clases, un 42,1% de los alumnos encuestados está de acuerdo con la afirmación de que la mayoría de sus docentes implementan el ordenador y el proyector en las clases. Al mismo tiempo, un 36,8% está totalmente de acuerdo con esta afirmación. Por el contrario, un 21,1% restante no considera que la mayoría de sus profesores utilicen el ordenador y el proyector de manera habitual en las clases. En general, y para la cuestión, “la mayoría de los profesores/as utilizan y favorecen el uso de recursos TIC en las clases”, un 36,8% y un 26,3% consideran estar de acuerdo, y totalmente de acuerdo, respectivamente. Por el contrario, un 26,3% no está de acuerdo con esta afirmación, y el 10,5% restante está totalmente en desacuerdo en que sus docentes favorezcan la utilización de estos recursos en las clases.

Referido a la frecuencia con la que los profesores mandan tareas o trabajos a los alumnos que precisen de la utilización de los recursos TIC, y como se puede apreciar en el Gráfico 5.5., el cual se muestra a continuación, un 42,1% contestó que frecuentemente, y un porcentaje algo menor, de un 31,6% considera que muy frecuentemente, mientras que un 26,3% restante considera que algunas veces los profesores demandan tareas que requieren de la utilización de recursos digitales o tecnológicos.

Gráfico 5.5. Frecuencia con la que los profesores mandan tareas o trabajos que precisan la utilización de las TIC.



Fuente: Elaboración propia.

Utilidad y motivación de herramientas TIC en las aulas

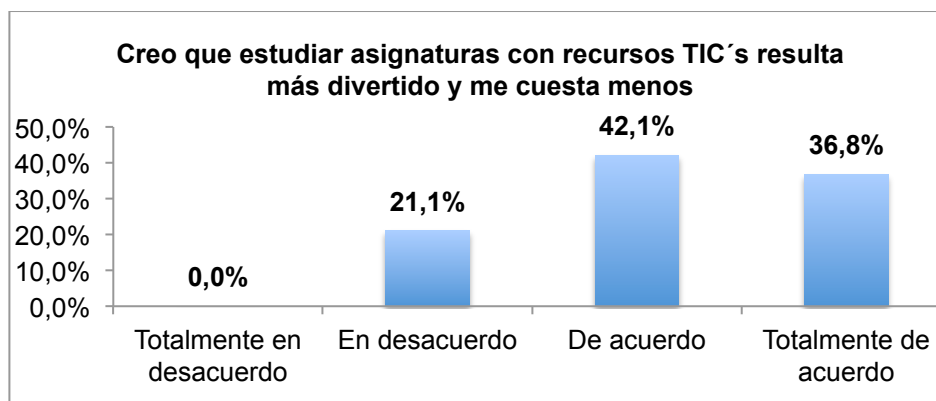
En cuanto a la consideración de cómo se sienten los discentes con el uso de los recursos TIC en las aulas, un 36,8% y un 26,3% de la muestra encuestada afirman estar totalmente en desacuerdo o en desacuerdo respectivamente, con no sentirse cómodos utilizando recursos TIC en clase. Por el contrario, un 26,3% de los discentes encuestados comparten esta premisa y un 10,5% están totalmente de acuerdo, y prefieren por el contrario, métodos tradicionales como los libros de texto y las explicaciones en la pizarra, a los métodos TIC.

En relación a si los discentes encuestados consideran que aprenden más utilizando los recursos TIC que los recursos tradicionales para la asignaturas de Economía, un 47,4% de los encuestados considera estar de acuerdo con esta afirmación, y un 21,1% considera estar totalmente de acuerdo. Por otro lado, un 21,1% está en desacuerdo y un 10,5% no considera que aprenda más utilizando los recursos tecnológicos y digitales, en detrimento de los tradicionales como pueden ser los libros de texto, o la pizarra tradicional.

Por lo que corresponde al grado de interés, motivación y resultados que presentan las diferentes asignaturas que cursan con la implementación de recursos TIC, un 36,8% y un 42,1% está totalmente de acuerdo y de acuerdo respectivamente, en creer que estudiar asignaturas con recursos TIC les resulta más divertido y les cuesta menos esfuerzo, como se puede observar a continuación en el Gráfico 5.6. Por el contrario, un 21,1% está en desacuerdo con esta afirmación. El grado de interés que

despiertan las asignaturas que utilizan recursos TIC, no presenta una tendencia clara en cuanto a los resultados, ya que un 26,3% está totalmente de acuerdo con estar más interesado por las asignaturas que implementan las TIC, un 26,3% está de acuerdo, mientras que un 26,3% y un 21,1% están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo respectivamente con estar más interesados en ellas.

Gráfico 5.6. Consideración de los encuestados al respecto de si estudiar asignaturas con TIC resulta más divertido y cuesta menos esfuerzo.



Fuente: Elaboración propia.

En referencia a la afirmación “suelo obtener mejores resultados en los exámenes de las asignaturas en las que se utilizan las TIC como recurso”, una mayoría de un 57,9% de la muestra encuestada considera estar de acuerdo con esta afirmación y un 5,3% considera estar totalmente de acuerdo. Por el contrario, un 21,1% está en desacuerdo con obtener mejores resultados en las asignaturas que utilizan las TIC como recurso y un 15,5% está totalmente en desacuerdo.

Como se concluye de los resultados anteriormente analizados, parece existir correlación entre el interés mostrado por el alumnado encuestado hacia las asignaturas que implementan las nuevas tecnologías, así como el grado que les cuesta a los discentes estudiar las mismas, con los resultados obtenidos en las materias en las que se utilizan las TIC como recurso. Esto puede ser un aliciente para implementar las herramientas tecnológicas en las diversas asignaturas, así como en las relativas a la Economía.

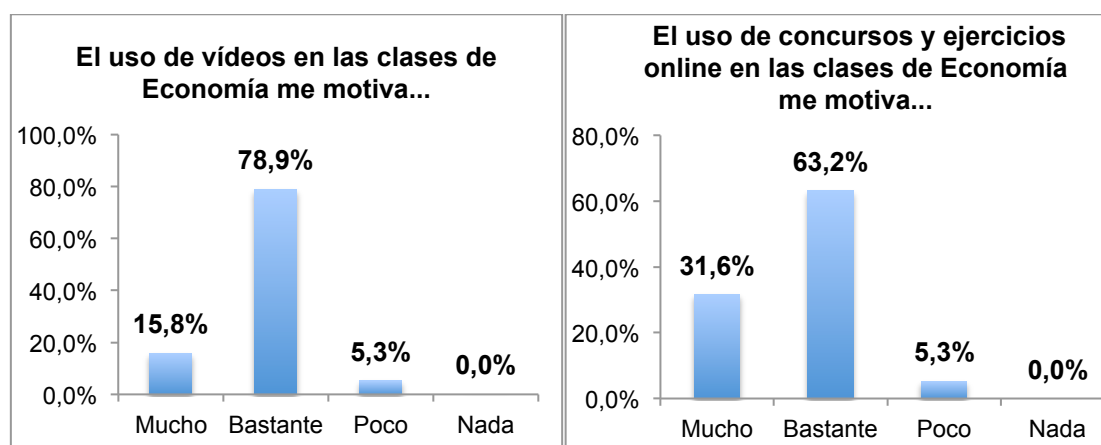
Las TIC en las asignaturas de Economía de Bachillerato

Concretando ya en las materias o asignaturas de Economía y Economía de la Empresa que se imparten en esta etapa formativa de Bachillerato, una mayoría de un 57,9% del alumnado encuestado considera estar totalmente de acuerdo con que el

uso de herramientas TIC les resulte útil en lo que al aprendizaje de este tipo de materias se refiere. Un 15,8% está de acuerdo con esta afirmación, y un porcentaje de un 21,1% de los alumnos están en desacuerdo con la misma. El 5,3% restante está totalmente en desacuerdo con que las herramientas TIC faciliten el aprendizaje de las materias de Economía. En relación con la cuestión anterior, un 42,1% de los discentes encuestados está totalmente de acuerdo con la afirmación “me gustaría realizar más actividades en Economía a través de herramientas TIC como redes sociales o entornos web”. A si mismo, un 26,3% está de acuerdo con esta afirmación, frente a un igualado 26,3% y un 5,3% que está en desacuerdo y totalmente en desacuerdo respectivamente con la misma.

En cuanto al grado de motivación que supone para el alumnado encuestado el uso de vídeos en las clases de Economía, una mayoría de un 78,9% considera que supone bastante motivación, al igual que un 15,8% que considera que les motiva mucho. Un 5,3% restante considera que les motiva poco el uso de esta herramienta tecnológica. El grado de motivación que se refiere al uso de concursos y ejercicios online en las clases de Economía, es bastante para un 63,2% de los alumnos encuestados, y mucho para el 31,6% restante como se puede apreciar en el Gráfico 5.7. que se muestra a continuación. Por el contrario, un 5,3% restante considera que el uso de ejercicios y concursos de manera online les motiva poco durante las clases.

Gráfico 5.7.: Grado de motivación del uso de vídeos y concursos y ejercicios online en las asignaturas de Economía.



Fuente: Elaboración propia.

Resumen de resultados obtenidos

Para cerrar este epígrafe y a modo de resumen de los resultados obtenidos en

la investigación, se puede concluir que el total de alumnado encuestado dispone de un ordenador personal, y que esta es la herramienta que en mayor medida se utiliza en el ámbito escolar. Algo más de la mitad de los encuestados disponen de una *Tablet*, pero su uso no está dedicado en mayor medida a fines educativos. Y con respecto a los *Smartphone*, casi la totalidad de la muestra encuestada dispone de uno, pero no parece que su utilidad sea fundamentalmente educativa, sino que seguramente se destine más a la utilización de redes sociales u otras aplicaciones. En general, todos los alumnos conocen la plataforma *Google Drive*, y algo más de la mitad de los encuestados conocen *Dropbox*. Además, la mayoría de los discentes consideran que sí son herramientas útiles en el ámbito educativo. En cuanto a las redes sociales, más de la mitad de los alumnos disponen de 3 ó más cuentas en alguna red social, y la mayoría de ellos sí las utiliza para comunicarse con sus compañeros de clase, resolver dudas y compartir información.

En cuanto a las horas de dedicadas a la utilización de las TIC, cerca de la mitad de la muestra encuestada dedica entre 2 y 4 horas diarias, y la muestra restante más de 4 horas diarias. De las horas totales, la mayor parte del alumnado afirma dedicar entre 1 y 3 horas al estudio o a la realización de tareas académicas, seguido del alumnado que afirma dedicar menos de 1 hora al día. La utilización de dispositivos y herramientas TIC parece ser en mayor medida para fines de ocio, sociales y fuera del ámbito educativo, aunque seguramente la realización de tareas para clase les haga tener que utilizarlas de manera casi diaria.

En cuanto a la utilización de las TIC por parte del profesorado, los alumnos afirman que la mayoría, aunque no todos los profesores, implementan algún recurso TIC en las aulas, pero por lo general favorecen que el alumnado utilice frecuentemente los recursos TIC.

A su vez, y como se comenta anteriormente, parece existir correlación entre el interés mostrado por el alumnado encuestado hacia las asignaturas que implementan las nuevas tecnologías, así como el grado que les cuesta estudiar las mismas, con los resultados obtenidos en las materias en las que se utilizan las TIC como recurso. Finalmente, el alumnado afirma que se sienten cómodos utilizando las herramientas TIC en las asignaturas de Economía, que les gustaría realizar más actividades con estas herramientas, y que les motiva bastante el uso de vídeos, concursos y ejercicios online.

6. UNA PROPUESTA DE INTERVENCIÓN EDUCATIVA EN BACHILLERATO IMPLEMENTADO LAS TIC CON LA UNIDAD DIDÁCTICA “LA FUNCIÓN COMERCIAL DE LA EMPRESA.”

En esta tercera parte del presente trabajo se realiza una propuesta realista y aplicable a las aulas de una unidad didáctica, ajustándose fielmente a la legislación curricular vigente, y adaptada a la implementación de los recursos y herramientas TIC. Se encuadra en la asignatura de Economía de la Empresa del segundo curso de Bachillerato y lleva por título: *“La función comercial de la empresa”*.

Antes de comenzar a concretar la estructura de la unidad didáctica, es conveniente establecer unos conceptos básicos previos en relación a las programaciones didácticas, su finalidad y su utilidad como recurso básico curricular. Las programaciones didácticas están conformadas en última medida por el conjunto de las unidades didácticas que se impartirán a lo largo del curso; siendo éstos documentos relacionados entre ellos en los que el propio profesor especifica fundamentalmente, entre otras cosas, los contenidos, objetivos, competencias, estrategias metodológicas, recursos, actividades de enseñanza y aprendizaje, actividades para la evaluación y la temporalización para ese periodo concreto en el que se impartirán los contenidos. Además, estas unidades deben responder a las intenciones educativas del centro en el que se van a impartir, estando estas recogidas en los Proyectos Curriculares del Departamento que se encuentran en las Programaciones Curriculares de Centro.

Algunos autores definen una unidad didáctica o unidad de programación como “la intervención de todos los elementos que intervienen en el proceso de enseñanza-aprendizaje con una coherencia metodológica interna y por un período de tiempo determinado” (Antúnez et al., 1992, p.104). “La unidad didáctica es la interrelación de todos los elementos que intervienen en el proceso de enseñanza-aprendizaje con una coherencia interna metodológica y por un periodo de tiempo determinado” (Ibañez, 1992, p.13).

Además, es importante añadir que la realización de una unidad didáctica puede y debe ser susceptible de cambios y mejoras a lo largo del tiempo por parte de los profesionales docentes, fruto de la necesidad de reflexionar sobre la labor educativa, de su constante investigación e innovación, (como es el caso de las nuevas TIC), y de

su aplicación a las aulas de la manera más efectiva posible. La elaboración de unidades didácticas puede ser un pretexto o estrategia para el desarrollo profesional a través de la investigación realizada por los propios profesores en torno a su propio trabajo (Área, 1993).

6.1. Justificación de la unidad didáctica “La función comercial de la empresa”.

6.1.1 Justificación formal

El área o departamento comercial de la empresa sostiene una parte importante del funcionamiento de la misma. Se encarga de analizar y satisfacer las necesidades y demandas de los potenciales clientes de manera que se generen intercambios beneficiosos para ambas partes.

Esto es lo que se pretende trasladar a los alumnos mediante la impartición de esta unidad didáctica denominada “La función comercial de la empresa”. Esta unidad de contenidos conforma varios aspectos importantes del área comercial de una empresa. Estos son la evolución el concepto de marketing, la introducción a la investigación de mercados y sus características e importancia, el proceso de planificación de las estrategia de marketing operativo y estratégico y “las 4 P’s” del marketing (precio, producto, distribución y comunicación).

Conjuntamente, y como plantea el objetivo de este Trabajo Fin de Máster, se aplicará a lo largo de toda la unidad didáctica la implementación de las TIC de manera práctica, atractiva, realista y que consiga motivar a los alumnos. Resulta muy conveniente utilizar las nuevas tecnologías en una unidad didáctica como esta, ya que si extrapolamos a la empresa, es indiscutible el potencial que las TIC tienen en la relación empresa-cliente, y en los nuevos técnicas de investigación de mercados. A su vez, también tienen una considerable importancia en las estrategias de comunicación y publicidad de la empresa, por eso será necesario aplicar nuevos métodos como son el uso de las redes sociales, y que los discentes aprendan sus ventajas e inconvenientes tanto en el plano empresarial como el social y personal.

6.1.2. Justificación legal

La presente unidad didáctica está elaborada de acuerdo con la normativa estatal y autonómica vigente que se muestra en el apartado destinado a los anexos, en concreto en el **ANEXO II**.

Además, esta unidad didáctica sigue los criterios introducidos en *el Real Decreto 1105/2014, de 26 de diciembre, por el que se establece el currículo básico de la Educación Secundaria Obligatoria y del Bachillerato*. Y a diferencia de los currículos anteriores, el currículo de la etapa de Bachillerato estará integrado por los objetivos de cada enseñanza y etapa educativa; las competencias, o capacidades para activar y aplicar de forma integrada los contenidos propios de cada enseñanza y etapa educativa, para lograr la realización adecuada de actividades y la resolución eficaz de problemas complejos; los contenidos, o conjuntos de conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes que contribuyen al logro de los objetivos de cada enseñanza y etapa educativa y a la adquisición de competencias; la metodología didáctica, que comprende tanto la descripción de las prácticas docentes como la organización del trabajo de los docentes; los estándares y resultados de aprendizaje evaluables; y los criterios de evaluación del grado de adquisición de las competencias y del logro de los objetivos de cada enseñanza y etapa educativa.

6.2. Contexto educativo

La unidad didáctica que se presenta en este trabajo queda contextualizada en un centro específico, concretamente en la que la autora realizó la asignatura Prácticum del presente Máster. Se trata del Instituto de Educación Secundaria La Merced, el cual es un centro cuya titularidad corresponde a la Junta de Castilla y León. Está ubicado en la ciudad de Valladolid, en el antiguo solar del palacio de los marqueses de Aquilafuente o casa del Cordón, que hacía medianera con la iglesia del convento de Nuestra Señora de la Merced Calzada, en el entorno de la Universidad. Se sitúa en una zona céntrica de la ciudad y bien comunicada por transporte público.

Es una institución de gran tradición educativa, que procede del antiguo Instituto General y Técnico. Además es un centro bien conocido por todo el sector industrial porque de él salieron los técnicos impulsores del desarrollo industrial de Valladolid de los años cincuenta del siglo XX, que transformó esta ciudad, casi rural, en la urbe industrial que ahora se conoce. En su versión técnica pasaría por diversas fases como

Escuela Industrial, Escuela de Artes y Oficios Artísticos, de Maestría, Instituto Politécnico, para llegar con el paso de los años, concretamente en el año 1996 y con la implantación de la L.O.G.S.E., a denominarse “Instituto de Educación Secundaria La Merced”, como se conoce en la actualidad.



Fuente: Web “IES La Merced”. <http://ieslamerced.centros.educa.jcyl.es/sitio/>

El centro ha participado durante varios cursos en acciones para la implantación de modelos de calidad EFQM, derivando de él los planes de mejora.

En la actualidad se imparten estas enseñanzas:

- Educación Secundaria Obligatoria.
- Bachilleratos:
 - Humanidades y Ciencias sociales.
 - Humanidades y Ciencias Sociales en la modalidad de Investigación y Excelencia (BIE).
 - Ciencias y Tecnología.
- Ciclos Formativos de Grado Medio:
 - Instalaciones Eléctricas y Automáticas.
 - Instalaciones de Telecomunicaciones.
 - Mantenimiento Electromecánico.
- Ciclos Formativos de Grado Superior:
 - Sistemas Electrotécnicos y Automatizados.
 - Mantenimiento Electrónico.
 - Proyectos de Edificación.
 - Proyectos de Obra Civil.
 - Mecatrónica Industrial.

- Sección bilingüe de inglés en la ESO a partir del curso 2008-09.
- Además se ofrecen clases de Francés y Alemán como segunda lengua extranjera.

En este centro se ofrecen a su vez una serie de servicios básicos como son los de información sobre servicios y actividad educativas del centro, el de Orientación Académica y Profesional, y el seguimiento individualizado del alumno mediante comunicación mixta con los padres o tutores mediante vía directa o vía Internet, utilizando el sistema infoeduc@, con el que los padres o tutores pueden informarse de las faltas de asistencia a clase de sus hijos. Adicionalmente se ofrecen una serie de servicios complementarios como son, un departamento de actividades extraescolares, un departamento de actividades deportivas, un servicio de relaciones con empresas que gestiona las prácticas que se realizan al finalizar los Ciclos formativos de Formación Profesional, una bolsa de trabajo que gestiona la colocación de los alumnos al finalizar sus estudios, asociaciones de padres y madres de alumnos, y la revista escolar “Aula XXI” con participación de los alumnos. El centro también cuenta un servicio de actividades e intercambios internacionales, concedida la Carta Erasmus para la participación en programas europeas.

El centro cuenta con las siguientes instalaciones para el adecuado desarrollo de las actividades mencionadas anteriormente:

- Aulas-taller de Electricidad, Electrónica, Mantenimiento y Edificación y Obra Civil.
- Aulas informatizada de Mecánica, Hidráulica, Neumática y Control Numérico.
- Biblioteca con conexión a Internet.
- Patio de recreo con pistas polideportivas para actividades al aire libre.
- Pabellón cubierto de deportes.
- Aula de Plástica con sistemas audiovisuales.
- Aula de Música.
- Aula de Informática.
- Dos aulas de idiomas.
- Salón de actos y usos múltiples.
- Laboratorios de Física , Química y Ciencias Naturales.
- Ascensor para uso de personas con problemas de movilidad.

Por otro lado, como cuestión organizativa del centro, es importante tener en cuenta que el horario del centro es diferente según las diferentes necesidades, y con el fin de conseguir un mejor aprovechamiento de aulas y talleres, así como ejercer un mejor seguimiento de la disciplina del alumnado. El horario de diurno se lleva a cabo en jornada continua de mañana de 8:00 a 13:45 horas con períodos lectivos de 50 minutos y un descanso intermedio de 25 minutos (de 10:40 a 11:05 horas) después de cada período lectivo hay un intervalo de 5 minutos para efectuar cambios de clase. El alumnado que por distintos programas (bilingüe, Bachillerato Investigación y Excelencia) o por necesidades específicas debido a la optatividad de las materias, tienen dos horas más semanales, tienen un descanso de 15 minutos entre las 13:45 y las 14:00 horas los días que tienen una hora más de clase. Por su parte, el horario de clases vespertino se lleva a cabo en jornada de tarde de 15:45 a 21:30 horas con períodos lectivos de 55 minutos y un descanso de 15 minutos de 18:30 a 18:45 horas.

6.3. Contexto del aula

En cuanto a las características del alumnado al que va dirigido el desarrollo de la presente unidad didáctica, son alumnos que cursan la etapa de 2º de Bachillerato de Humanidades y Ciencias Sociales, siendo varios de los alumnos integrantes del Bachillerato de Investigación y Excelencia, del cual se aportará una breve reseña en el posterior apartado del trabajo. El grupo en el que nos centramos es reducido, ya que consta de catorce alumnos, de los cuales son siete chicas y siete chicos, con edades comprendidas entre los 17 y 18 años. Esto favorece en gran medida la realización de diversas actividades cooperativas, y de la implementación e innovación mediante las nuevas tecnologías en el aula, permitiendo la disposición de sus teléfonos móviles o *tablets* de manera puntual en el aula para la realización de alguna actividad concreta propuesta por el profesor.

La disposición del alumnado en el aula se realizará en forma de “U”, aprovechando el reducido número de alumnos. Esto favorecerá un ambiente de comunicación y cooperación entre alumnos, así como la comunicación entre alumno-profesor. Además, permitirá de la correcta visión de la pantalla de proyección en la que se presentarán los contenidos de la unidad a lo largo de las sesiones teóricas.

En este grupo concreto no se cuenta con la presencia de ningún alumno o alumna que presente necesidades específicas de apoyo educativo.

6.4. El Bachillerato de Investigación y Excelencia

El Bachillerato de Investigación y Excelencia en Ciencias Sociales y Humanidades es un plan de formación para el alumnado, que se ha implantado de forma exclusiva en el IES La Merced siendo el único instituto de la provincia de Valladolid que lo puede impartir desde el curso 2016/2017.

Este tipo de Bachillerato se plantea como objetivo fundamental, facilitar al alumnado el desarrollo lo más completo posible de sus aptitudes, la adquisición de una preparación rigurosa sobre las materias, el acercamiento práctico a la metodología investigadora, y el desarrollo de una capacidad de percepción integradora del conocimiento. La metodología de cada asignatura es diferente al Bachillerato ordinario, primando los trabajos prácticos y la utilización e innovación mediante las nuevas TIC en las asignaturas troncales y en las materias específicas y en la materia de Iniciación a la Investigación.

Los requisitos para que el alumnado pueda matricularse en esta modalidad son reunir las características ordinarias para cursar Bachillerato. Además, los alumnos deben tener una nota media en toda la Educación Secundaria Obligatoria de 7 ó superior a 7, y una nota media de 7 ó superior a 7 en 4º de la ESO en las asignaturas de Historia, Lengua y Literatura Española e Inglés. Por otra parte, los profesores que pueden impartir este Bachillerato son los mismos que imparten cualquier Bachillerato en el centro, aunque tienen prioridad para impartirlo aquellos que tengan la suficiencia investigadora. Además, es necesario que realicen una formación mediante unos cursos específicos para impartir este tipo de Bachillerato. Finalmente, como he podido apreciar en el periodo de prácticas, la impartición de esta modalidad supone para los profesores una satisfacción profesional, como consecuencia de poder trabajar con grupos de alumnos excelentes y motivados, por su capacidad intelectual y de trabajo.

Los alumnos que se matriculan en el Bachillerato de Investigación y Excelencia, obtienen al final del mismo el título de Bachillerato como el resto de los alumnos, pero con la mención en sus documentos oficiales de haber realizado el programa que conlleva esta modalidad. Los métodos y las técnicas seguidas en todo el desarrollo curricular les proporciona una formación excelente, y una mejor preparación para los estudios universitarios si escogieran esta opción formativa.

Una característica de esta modalidad de Bachillerato es que la enseñanza se realiza en grupos reducidos (no más de 20 alumnos por clase) e independientes en las asignaturas troncales de opción, en las materias específicas y en Iniciación a la Investigación. Las clases a su vez disponen de los recursos necesarios, y las técnicas de investigación y documentación, así como la innovación mediante el uso de las TIC, resulta fundamental para la correcta formación y desarrollo de los procesos investigadores. Todo este proceso está supervisado y apoyado por los profesores y tutores, los cuales garantizan aspectos innovadores y enriquecedores en la formación de los alumnos.

Para el alumnado, cursar esta modalidad de Bachillerato resulta muy motivador, ya que aprenden a investigar tanto de manera cooperativa (en el curso de 1º de Bachillerato), como individual (en el curso de 2º de Bachillerato), tienen actividades con diferentes departamentos didácticos de la Universidad de Valladolid, pueden acceder a la biblioteca universitaria, así como a diversos archivos y museos. Además, supone un acercamiento inicial a los procesos de investigación que tanta importancia tendrán si deciden cursar estudios universitarios y sea preciso que realizar pequeñas investigaciones como los trabajos de fin de grado, o incluso para su futuro laboral.

6.5. Objetivos de la etapa de Bachillerato

De acuerdo con el *Artículo 25 del Real Decreto 1105/2014, de 26 de diciembre, por el que se establece el currículo básico de la Educación Secundaria Obligatoria y del Bachillerato*, el Bachillerato contribuirá a desarrollar en los alumnos y las alumnas las capacidades que les permitan:

- a) Ejercer la ciudadanía democrática, desde una perspectiva global, y adquirir una conciencia cívica responsable, inspirada por los valores de la Constitución española así como por los derechos humanos, que fomente la corresponsabilidad en la construcción de una sociedad justa y equitativa.
- b) Consolidar una madurez personal y social que les permita actuar de forma responsable y autónoma y desarrollar su espíritu crítico. Prever y resolver pacíficamente los conflictos personales, familiares y sociales.
- c) Fomentar la igualdad efectiva de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres, analizar y valorar críticamente las desigualdades y discriminaciones

existentes, y en particular la violencia contra la mujer e impulsar la igualdad real y la no discriminación de las personas por cualquier condición o circunstancia personal o social, con atención especial a las personas con discapacidad.

- d) Afianzar los hábitos de lectura, estudio y disciplina, como condiciones necesarias para el eficaz aprovechamiento del aprendizaje, y como medio de desarrollo personal.
- e) Dominar, tanto en su expresión oral como escrita, la lengua castellana y, en su caso, (no siendo así en Castilla y León) la lengua cooficial de su Comunidad Autónoma.
- f) Expresarse con fluidez y corrección en una o más lenguas extranjeras.
- g) Utilizar con solvencia y responsabilidad las tecnologías de la información y la comunicación.
- h) Conocer y valorar críticamente las realidades del mundo contemporáneo, sus antecedentes históricos y los principales factores de su evolución. Participar de forma solidaria en el desarrollo y mejora de su entorno social.
- i) Acceder a los conocimientos científicos y tecnológicos fundamentales y dominar las habilidades básicas propias de la modalidad elegida.
- j) Comprender los elementos y procedimientos fundamentales de la investigación y de los métodos científicos. Conocer y valorar de forma crítica la contribución de la ciencia y la tecnología en el cambio de las condiciones de vida, así como afianzar la sensibilidad y el respeto hacia el medio ambiente.
- k) Afianzar el espíritu emprendedor con actitudes de creatividad, flexibilidad, iniciativa, trabajo en equipo, confianza en uno mismo y sentido crítico.
- l) Desarrollar la sensibilidad artística y literaria, así como el criterio estético, como fuentes de formación y enriquecimiento cultural.
- m) Utilizar la educación física y el deporte para favorecer el desarrollo personal y social.
- n) Afianzar actitudes de respeto y prevención en el ámbito de la seguridad vial.

Como indica el apartado g), la responsable selección y el adecuado uso de materiales y recursos didácticos mediante las TIC, constituye un aspecto esencial entre los objetivos a alcanzar por el alumnado en esta etapa educativa. A su vez, el apartado i) indica que los discentes han de acceder, conocer los conocimientos tecnológicos fundamentales y dominar y poner en práctica las habilidades básicas

necesarias que son propias de la modalidad en este caso de las ciencias sociales. Por todo ello, la importancia de alcanzar este objetivo ha de verse reflejada en la metodología didáctica, y las TIC deben formar parte de ella como un recurso metodológico indispensable en las aulas, en el que converjan aspectos relacionados con la facilitación, integración, asociación y motivación de los aprendizajes.

6.6. La asignatura de Economía de la Empresa del segundo curso de Bachillerato

Concretando en la asignatura de Economía de la Empresa de la que trata esta unidad didáctica, y de acuerdo con el Anexo I. B Materias del bloque de asignaturas troncales, de la *Orden EDU/363/2015, de 4 de mayo, por la que se establece el currículo y se regula la implantación, evaluación y desarrollo del Bachillerato en la Comunidad de Castilla y León*, se denomina a la Economía de la Empresa como la ciencia que se encarga del estudio y análisis de los hechos de naturaleza económica en el seno de una “organización empresarial”. Se puede entender el concepto de empresa como un conjunto de factores humanos, materiales, financieros y técnicos organizados bajo un sistema de dirección, con el fin de lograr unos objetivos establecidos.

La citada ley establece que al centrarse en el complejo y actual contexto de las situaciones empresariales, el conocimiento de la Economía de la Empresa proporciona capacidades de análisis y síntesis; capacidades creativas para encontrar nuevas ideas y soluciones; capacidad para detectar oportunidades y amenazas; habilidad en la búsqueda, identificación y análisis de las fuentes de información; comprensión de las herramientas básicas e instrumentos de naturaleza cuantitativa precisas para la obtención, diagnóstico y análisis de la información empresarial así como del entorno económico y social. En definitiva, proporciona formación para que los discentes sean capaces de tomar decisiones en entornos complejos, algo que tiene especial importancia en los ciudadanos de hoy en día. Además ha de recalcarse la importancia de que el avance va ligado a la innovación empresarial y tecnológica, así como a la creatividad y la curiosidad por explorar nuevos horizontes.

Por último, y en relación al objetivo principal de este trabajo y a las competencias digitales recomendadas en esta etapa, el uso de las TIC no puede considerarse de manera aislada al proceso de enseñanza-aprendizaje de esta materia.

La consulta y búsqueda de fuentes de información en Internet, la aplicación de hojas de cálculo en la valoración y análisis de la información económico-financiera, así como conocer los nuevos métodos de innovación empresarial en las relaciones de las empresas con el exterior, se hace fundamental en esta materia, tanto para la comprensión como para la resolución de problemas.

6.7. Objetivos específicos de la asignatura de Economía de la Empresa

La enseñanza de Economía de la Empresa en la etapa de Bachillerato en base al *Decreto 42/2008, de 5 de junio (BOCyL 11/06/08)*, tendrá como finalidad el desarrollo de una serie de capacidades concretamente en la comunidad autónoma de Castilla y León, las cuales se recogen al completo en el **ANEXO III** del presente trabajo.

Entre estas capacidades u objetivos propios de la asignatura que se encuentran reflejadas en la presente ley, son varios los que fomentan la implementación de las TIC en las aulas. Estos, han de ser alcanzados de manera conjunta con el resto de objetivos, pero resultan especialmente necesarios para poder favorecer un aprendizaje de calidad y permitir al alumnado alcanzar las competencias que precisa su correcta formación. Así pues, es conveniente señalar las siguientes tres capacidades que los discentes han de alcanzar al finalizar el curso de la asignatura.

- Reconocer la importancia que para las empresas y la sociedad tienen la investigación, las innovaciones tecnológicas, la implantación generalizada de las tecnologías de la información y la comunicación, y la globalización económica en relación con la competitividad, el crecimiento y la localización empresarial.
- Obtener, seleccionar e interpretar información sobre los aspectos socioeconómicos y financieros que afectan a la empresa, tratarla de forma autónoma, utilizando, en su caso, medios informáticos, y aplicarla a la toma de decisiones empresariales.
- Diseñar y elaborar proyectos sencillos de empresa con creatividad e iniciativa, proponiendo los diversos recursos y elementos necesarios para organizar y gestionar su desarrollo.

Estos objetivos relacionan el mundo empresarial del que versa la materia, con la innovación y desarrollo constante de las TIC, por ello el alumnado debe conocer su importancia, así como las ventajas que supone en el tratamiento de la información, y en la comunicación que llevan a cabo todos los agentes en sus relaciones económico empresariales. A su vez, han de ser capaces de ser creativos en todas las actividades propuestas, apoyándose en las nuevas tecnologías, y ampliar en la medida de lo posible su conocimiento relacionado para adaptarse al competitivo mundo que se les presentará en un futuro no tan lejano.

6.8. Competencias clave

En este apartado concreto de la unidad didáctica se van a presentar las competencias clave, las cuales se encuentran definidas en la *Orden ECD/65/2015, de 21 de enero*, por la que se describen las relaciones entre las competencias, los contenidos y los criterios de evaluación de la educación primaria, la educación secundaria obligatoria y el bachillerato, como los requisitos imprescindibles para que los individuos logren un pleno desarrollo tanto a nivel personal, como profesional y social, acorde a las demandas actuales del mundo global en el que nos encontramos. Estas competencias clave son siete, y reflejan en su conjunto las capacidades indispensables que los alumnos deben ser capaces de alcanzar con éxito en su formación durante las distintas etapas formativas, y en concreto al finalizar la asignatura de Economía de la Empresa.

1. Comunicación lingüística (CL): esta competencia es el resultado de la acción comunicativa dentro de prácticas sociales, económicas o empresariales determinadas, en las cuales los individuos actúan con otros agentes y a través de textos en múltiples modalidades y soportes, como pueden ser los digitales e informáticos. Estas situaciones y prácticas pueden implicar el uso de una o varias lenguas como es el caso del inglés, idioma de referencia en el ámbito empresarial. A su vez los alumnos deberán manejar la terminología económica, jurídica, fiscal o financiera propia de la materia.
2. Competencia matemática y competencias básicas en ciencia y tecnología (CMCT): resulta esencial que el alumnado fortalezca y desarrolle esta competencia concreta para favorecer el uso de las nuevas tecnologías en todos los ámbitos de su vida, así como la correcta resolución de problemas.

3. Competencia digital (CD): como se ha presentado en apartados anteriores del presente trabajo, la competencia digital es aquella que implica el uso creativo, crítico y seguro de las TIC. Su finalidad es la consecución de los objetivos relacionados con el aprendizaje, el uso del tiempo libre, la inclusión y la participación en la sociedad. El medio para alcanzar esta competencia a lo largo de la unidad didáctica, es mostrar a los alumnos e implementar activamente en las clases, diferentes herramientas informáticas que les faciliten y motiven en el proceso de aprendizaje. Además, tendrán que acceder a Internet de manera habitual en las clases, en la búsqueda de información relacionada a cuestiones planteadas por el profesor y en la ejecución de diferentes actividades, enriqueciendo la consecución eficaz de la competencia digital.
4. Aprender a aprender (AA): esta competencia es fundamental para el aprendizaje permanente y autónomo que se produce a lo largo de la vida, y que tiene lugar en distintos contextos tanto sociales como económico-empresariales.
5. Competencias sociales y cívicas (CSC): ambas implican la habilidad y capacidad para utilizar los conocimientos y actitudes sobre la dinámica y cambiante sociedad. Permitir que los alumnos sean capaces de tomar decisiones y resolver conflictos, así como interactuar con otras personas y grupos conforme a normas basadas en el respeto mutuo y en convicciones democráticas. Esta competencia podrá desarrollarse en las actividades y trabajos colaborativos que se realicen a lo largo de la unidad didáctica, en los que los discentes tendrán que ser capaces de trabajar en grupo para alcanzar unos objetivos comunes.
6. Sentido de iniciativa y espíritu emprendedor (SIEE): implica la capacidad de los alumnos de transformar las ideas en actos, con el fin de alcanzar los objetivos previstos. Aplicado al mundo empresarial, conlleva ser capaces de analizar el entorno y de apreciar oportunidades comerciales que aporten crecimiento. Concretamente en esta asignatura es fundamental que los alumnos entiendan el carácter emprendedor de muchos proyectos empresariales y que ellos mismos adquieran esta competencia que puede resultar tan valiosa en su futuro.
7. Conciencia y expresiones culturales (CEC): esta competencia implica conocer, comprender, apreciar y valorar con espíritu crítico y con una actitud abierta y

respetuosa, las diferentes manifestaciones culturales y artísticas, así como las modas y gustos de la sociedad que tanta relación tienen con el mundo empresarial.

6.9. Contenidos

De acuerdo con el Anexo I. B Materias del bloque de asignaturas troncales, de la Orden EDU/363/2015, de 4 de mayo, por la que se establece el currículo y se regula la implantación, evaluación y desarrollo del Bachillerato en la Comunidad de Castilla y León, los contenidos generales de la asignatura de Economía de la Empresa de 2.º de Bachillerato y en concreto del Bloque 5. La función comercial de la empresa son los siguientes: Concepto y clases de mercado; técnicas de investigación de mercados; fases y etapas; análisis del consumidor y segmentación de mercados; estrategias de posicionamiento en el mercado; el Plan de marketing; variables del marketing mix y elaboración de estrategias; estrategias de marketing y ética empresarial; aplicación al marketing de las tecnologías más avanzadas y el comercio electrónico.

Los contenidos contemplados en la ley pueden ser modificados parcialmente, así como distribuirse temporalmente de manera diferente si es estimado oportuno por los docentes. Para el desarrollo de esta unidad didáctica concreta, los contenidos básicos serán fundamentalmente los que refleja la ley, aunque se introducen matices o conceptos que son considerados apropiados para el conocimiento de esta área de la economía de la empresa. Además, los contenidos están focalizados en los requeridos en pruebas EBAU, los cuales serán realizados por los alumnos que quieran acceder posteriormente a los estudios universitarios.

Los contenidos conceptuales que se impartirán a lo largo de la unidad didáctica serán los que se reflejan en la siguiente Tabla 6.1. que se muestra a continuación.

Tabla 6.1. Contenidos conceptuales de la Unidad didáctica “La función comercial”.

La función comercial de la empresa	Contenidos conceptuales
1. El concepto de mercado y sus clases.	<ul style="list-style-type: none"> - El mercado. - Clases de mercado. - La demanda de mercado y la cuota de mercado.
2. La empresa ante el mercado: técnicas de investigación de mercados, análisis del consumidor y segmentación de mercados.	<ul style="list-style-type: none"> - La investigación de mercados. (Fases y técnicas de recogida de datos). - El consumidor. - El proceso de decisión de compra. - La segmentación de mercados. (Criterios, etapas y estrategias).
3. El Plan de Marketing.	<ul style="list-style-type: none"> - El marketing. - El plan de marketing. (Elementos y etapas).
4. Las variables del marketing mix y la elaboración de estrategias.	<ul style="list-style-type: none"> - El marketing mix. - El producto (el ciclo de vida, la matriz BSG). - El precio (métodos de fijación y estrategias). - La promoción (mix de promoción). - La distribución (canales de distribución, tipos y estrategias).
5. La utilización de las TIC en el comercio.	<ul style="list-style-type: none"> - El comercio electrónico.
6. Aplicación a la comunidad de Castilla y León.	<ul style="list-style-type: none"> - Denominación de Origen. - Indicaciones Geográficas. - Las marcas de Garantía. - La promoción turística.

Fuente: Elaboración propia.

6.10. Contenidos transversales

Los contenidos o elementos transversales que han de incorporar los elementos curriculares de la etapa de Bachillerato vienen recogidos en el *Artículo 6 del Real Decreto 1105/2014, de 26 de diciembre, por el que se establece el currículo básico de la Educación Secundaria Obligatoria y del Bachillerato.*

En general, la asignatura de Economía de la Empresa introduce al alumnado en un entorno en el que va a relacionarse a lo largo de toda su vida, en las organizaciones, en las empresas y en la administración. Por ello, esta materia con su carácter de ciencia social, ha de favorecer la consecución simultánea de otras actitudes o valores que han de desarrollar los discentes como ciudadanos. En

concreto en la presente unidad didáctica se desarrollarán los siguientes elementos transversales:

- Educación para el consumidor: resulta imprescindible que se fomente en el alumnado una actitud crítica, razonada y responsable acerca de las campañas de marketing y del reconocimiento de prácticas abusivas por parte de las empresas o agencias de publicidad. También se ha de promover entre los alumnos un consumo responsable de los diferentes productos y servicios que ofrece el mercado.
- Educación medioambiental: es necesario tratar en el aula aspectos tan importantes como la responsabilidad y compromiso que tienen que tener las empresas con la sociedad, en cuanto a la conservación del entorno medioambiental se refiere. Conseguir que los alumnos tengan una actitud responsable y crítica, realizando prácticas de reciclaje y de consumo responsable.
- Educación para la igualdad entre sexos: se tratará de identificar elementos discriminatorios en las políticas comerciales de las empresas, así como en el mercado laboral, lo cual resulta de vital importancia para el desarrollo íntegro y conciencia social del alumnado. A su vez se potenciarán hábitos que no segreguen a los alumnos por género, como pueden ser la implementación de ejemplos en las clases que no resulten ofensivos en cuanto a cuestiones de género se refiere.
- Educación en valores morales y cívicos: es fundamental que el alumnado adquiera comportamientos y actitudes responsables en la sociedad, con respecto y tolerancia hacia las creencias e ideales de los demás. Para ello, se pueden estudiar los hábitos de consumo de la población juvenil y su influencia por los diferentes medios publicitarios (*influencers*). A su vez, se podrán analizar los bienes de consumo perjudiciales para la salud de la sociedad, o concienciar acerca de la posibilidad de comprar productos de consumo responsables como los denominados de Comercio Justo.
- Utilización de las TIC: como se viene tratando a lo largo de este trabajo, se incorporarán al desarrollo de la presente unidad didáctica los métodos apropiados para la enseñanza-aprendizaje mediante el uso de las nuevas tecnologías. Será necesario que los alumnos sean responsables en su utilización, y conozcan además algunas de las consecuencias que actualmente presentan los novedosos sistemas de información (como el Big Data), así como

los problemas que puede suponer la manipulación o difusión de los grandes volúmenes de datos, que constituyen en definitiva un dilema de carácter ético.

- Fomento del hábito de lectura: se favorecerá en el alumnado una actitud activa hacia hábitos de lectura de contenidos relacionados con la materia, así como otros como pueden ser los literarios que amplíen sus conocimientos. También se fomentará y completará el aprendizaje mediante la visualización de charlas de expertos, vídeos, conferencias, y de películas cinematográficas.

6.11. Interdisciplinariedad de la unidad didáctica

Los contenidos interdisciplinares que aparecen en esta unidad didáctica son aquellas materias del proyecto curricular que están relacionadas con la asignatura tratada, en este caso la Economía de la Empresa.

Esta unidad didáctica está interrelacionada con diversas materias o disciplinas que los alumnos han de desarrollar convenientemente durante su impartición para alcanzar un aprendizaje íntegro y de calidad. Concretamente son las que se detallan brevemente a continuación.

- Economía: esta asignatura se imparte en el curso de primero de Bachillerato, por lo que muchos de los alumnos ya la habrán cursado, y por lo tanto los conceptos ya aprendidos se verán reforzados en el ámbito de la empresa.
- Sociología: relaciona las relaciones y comportamientos de los individuos en los últimos años. En especial la utilización de los medios de comunicación en el marketing y los hábitos de consumo en las familias.
- Matemáticas: los conocimientos de esta materia están muy ligados con la asignatura de Economía de la Empresa, fundamentalmente los contenidos de estadística, el cálculo de probabilidades, la realización e interpretación de gráficos entre otros.
- Geografía: es importante que los alumnos tengan nociones básicas de esta materia para analizar adecuadamente las políticas de localización de las empresas, su distribución comercial y las variables de segmentación del mercado están sumamente relacionadas con los comportamientos de las organizaciones.
- Tecnología e informática: esta materia aborda la utilización de las TIC y el conocimiento por parte del alumnado de los recursos básicos y más

novedosos en el tratamiento de la información y la comunicación, que han de llevar a cabo durante el transcurso de la unidad didáctica. Además, será preciso que entiendan el progreso tecnológico de las empresas en cuanto al estudio de los mercados y a la comercialización de sus bienes y servicios se refiere.

- Inglés: resulta fundamental que los alumnos conozcan conceptos básicos en este idioma, debido a que está profundamente ligado al mundo empresarial y de los negocios. Además, en el ámbito del marketing mucha de la terminología básica, está formada por anglicismos como consecuencia de su origen.
- Ciencias de la Tierra y del Medio Ambiente: el tratamiento de la unidad didáctica ha de ir ligado a la concienciación, por parte de los alumnos, de la necesidad de mejorar la responsabilidad medioambiental de las empresas, como se ha comentado anteriormente en los conceptos transversales. Fomentar la importancia de reciclar y hacer un uso responsable de los recursos limitados que utilizan las empresas en sus procesos de producción, y del consumo muchas veces irresponsable del conjunto de la sociedad.

6.12. Secuenciación y temporalización de los contenidos

En cuanto a la temporalización y distribución de las horas lectivas para la impartición de la asignatura de Economía de la Empresa, se sigue lo establecido en la normativa autonómica, en concreto la regulación del *Anexo III de la ORDEN EDU/363/2015, de 4 de mayo, por la que se establece el currículo y se regula la implantación, evaluación y desarrollo del bachillerato en la Comunidad de Castilla y León*.

En la citada legislación se refleja la distribución de las materias por curso y horario semanal. La Economía de la Empresa en el segundo curso de bachillerato es una materia troncal general de la modalidad o itinerario de las Ciencias Sociales, por lo tanto se le asignan cuatro sesiones lectivas semanales. Cada una de las sesiones tiene una duración de cincuenta minutos y se impartirán los lunes, martes, miércoles y viernes en horario diurno.

La unidad didáctica de “La función comercial” que nos ocupa, se encuadra en la tercera evaluación del curso, siendo la primera que se impartirá en este periodo y de

forma aproximada, entre los meses de febrero y marzo. Hay que tener en cuenta que el calendario académico del segundo curso de bachillerato es diferente al del resto de niveles, puesto que están regidos por las fechas de las pruebas EBAU y finalizan el curso con anterioridad a otros niveles educativos.

Los contenidos de la unidad didáctica se impartirán en un total de doce sesiones lectivas, que podrán ser adaptables a las posibles contingencias del curso o a las necesidades del alumnado. La organización de estos contenidos en cada sesión académica se refleja en la Tabla 6.2. que aparece a continuación.

Tabla 6.2. Secuenciación de los contenidos de la unidad “La función comercial”.

Sesión	Contenido
I	Introducción al tema. El mercado. Concepto y clases.
II	El mercado. Demanda de mercado y cuota de mercado.
III	La empresa ante el mercado. La investigación de mercados.
IV	Análisis del consumidor. (Fases del proceso y tipos de compra)
V	Segmentación del mercado. (Variables, etapas del proceso y estrategias). Posicionamiento del mercado.
VI	Plan de Marketing. Definición y enfoques. Etapas del Marketing. Marketing estratégico.
VII	Etapas del marketing. Marketing operativo.
VIII	Marketing Mix. La política de producto.
IX	Marketing Mix. La política de precio.
X	Marketing Mix. Actividad sobre la política de producto y de precio.
XI	Marketing Mix. La política de promoción y la política de distribución.
XII	Prueba de evaluación de la unidad didáctica.

Fuente: Elaboración propia.

6.13. Metodología

Se considera metodología a la estrategia educativa que está destinada a promover y propiciar el aprendizaje por parte del alumnado. En la etapa de Bachillerato, esta metodología tiene que potenciar tanto el trabajo autónomo como el cooperativo de los discentes, potenciar las técnicas de investigación mediante la

utilización de las TIC (en este caso especialmente a los alumnos que cursan el Bachillerato de Investigación y Excelencia) y finalmente, resultará necesario una metodología aplicable a la vida real mediante ejemplos y casos prácticas.

La elaboración de la metodología aplicable a esta unidad didáctica, se realiza de acuerdo con el *Anexo I. A, de la Orden EDU/363/2015, de 4 de mayo, por la que se establece el currículo y se regula la implantación, evaluación y desarrollo del bachillerato en las Comunidad de Castilla y León*. En esta orden se concreta que la metodología a emplear en el aula debe adecuarse a la naturaleza de la materia, a las condiciones socioculturales, a la disponibilidad real de recursos y a las características del alumnado en que se van a aplicar. Por ello, la metodología que se aplica en esta unidad didáctica, incide en el papel activo y central del alumnado en el proceso de enseñanza-aprendizaje, siendo el profesorado un mero acompañante que apoya y facilita esta labor.

6.13.1 Principios metodológicos

En la misma orden educativa mencionada anteriormente, también se establecen los principios metodológicos que han de favorecerse en esta etapa formativa. Resumidamente, estos indican que se ha de favorecer la realización de actividades que fomenten la motivación del alumnado, así como despierten el interés por la materia. A su vez, se constata la importancia de la integración y uso de las TIC, que como se pretende potenciar durante todo el desarrollo de esta unidad didáctica, son un recurso metodológico eficaz, motivacional y que estimula y favorece las tareas de enseñanza-aprendizaje. Igualmente, se ha de favorecer la participación en las clases, la realización de debates guiados, y promover que el alumnado de su opinión al respecto de las cuestiones relacionadas con el tema sin miedo a ser rebatidos. Finalmente, y como se fomentará a lo largo de la unidad, el trabajo cooperativo y en equipo para el logro de los objetivos curriculares y didácticos, resultará de vital importancia para alcanzar un aprendizaje activo y exitoso.

6.13.2. Estrategias o métodos didácticos

Para poder satisfacer todas las necesidades de aprendizaje del alumnado, y para abordar adecuadamente la variedad de contenidos a impartir en esta unidad, se emplearán en su desarrollo diferentes métodos didácticos asociados a modalidades organizativas concretas. Resumidamente se utilizará:

- 1) La lección o clase magistral: esta metodología estará presente en la mayoría de las sesiones de la unidad didáctica, aunque su grado de implementación será mayor o menor dependiendo de los contenidos que se vayan a impartir. Se favorecerá en todo momento la interacción entre los alumnos y el profesor, ya que no se pretende fomentar la unilateralidad característica de esta modalidad teórico-expositiva. El profesor explica los conceptos acompañándose siempre de la realización de cuestiones, planteando preguntas a los discentes, y proponiendo la exposición de ejemplos adicionales a los comentados por el profesor. Esto estará acompañado de la utilización de los recursos TIC en todas las sesiones magistrales, mediante la utilización de presentaciones de PowerPoint para las explicaciones de contenidos, y mediante la utilización de los dispositivos móviles por parte del alumnado para la búsqueda instantánea de información, ejemplos y resolución de dudas que se planteen a lo largo de la exposición.
- 2) El planteamiento de ejemplos, estudio de casos y situaciones reales, conocidas por todos, para que los alumnos comprendan mejor los conocimientos planteados y sean capaces de proponer soluciones a problemas, o a las diferentes estrategias comerciales de forma creativa. El estudio de casos, será un método de enseñanza muy útil para esta unidad didáctica, ya que a lo largo de las sesiones se expondrán a través el proyector numerosos ejemplos a través de fotografías, imágenes, vídeos de YouTube, entrevistas, noticias de actualidad, etc. También se promoverá la relación y aplicación de los conceptos teóricos a casos de empresas reales, lo cual favorecerá en gran medida su comprensión.
- 3) El aprendizaje cooperativo: esta modalidad se aplicará a lo largo de toda la unidad didáctica mediante la realización de pequeñas actividades en grupos o equipos de no más de cuatro integrantes. Se pretenderá que los alumnos adquieran unos roles determinados, y sean conscientes de que su trabajo individual tendrá efectos sobre el resultado final del equipo. La interrelación positiva entre los alumnos es una característica fundamental para la aplicación de este método de enseñanza. En esta unidad didáctica se realizarán varias actividades de trabajo cooperativo, desde la resolución de ejercicios en pequeños grupos, hasta la lectura de diferentes noticias de prensa ampliando conceptos, que los alumnos posteriormente tendrán que poner en común mediante la exposición oral.

- 4) Aprendizaje basado en el juego: la presente unidad didáctica, tiene muy presente la metodología del juego en combinación con la implementación de las TIC. Se pretende seguir metodologías que logren la motivación y el aprendizaje significativo del alumnado, y para ello se realizarán diferentes actividades utilizando las nuevas tecnologías tanto en el aula convencional como el TIC, que promoverán, siempre con una finalidad académica, que los alumnos aprendan individual o conjuntamente mediante el juego, como por ejemplo veremos más adelante con programas de concursos online.
- 5) Además, y dada la gran importancia que supone el curso de segundo de bachillerato, será recomendable adecuar tanto el contenido, como la evaluación a la preparación de las Pruebas de Acceso a la Universidad o pruebas EBAU, de manera que se le facilite al alumnado para su realización, de ejemplos de pruebas de otras convocatorias propuestas en años anteriores, así como preguntas de tipo test, casos prácticos o resolución de los comentarios de texto planteados.

Finalmente, y aunque es considerada una modalidad organizativa, dentro de las formas de organizar el proceso de enseñanza-aprendizaje, no se puede olvidar la importancia de las tutorías durante todo el proceso de impartición de la unidad didáctica. Será posible realizar tutorías informales al finalizar la sesión para la resolución de posibles dudas, tutorías mediante medios informáticos como correo electrónico, plataformas virtuales o plataformas como *Google Drive*, las cuales se fomentarán ya que se realizará una comunicación constante alumnado-profesor. A su vez, se dará la posibilidad de fijar tutorías formales en los horarios disponibles por el profesor para plantear cuestiones sobre el proceso de aprendizaje, o posibles contingencias que surjan en su desarrollo de las clases.

6.14. Planificación y desarrollo de cada una de las sesiones

En este epígrafe se realiza la planificación y desarrollo completo de cada una de las doce sesiones que componen la unidad didáctica. Para ello, se ha realizado una programación de diversas actividades y recursos, la cual se adecúa en su puesta en práctica, a la realidad de las aulas. Concretamente, se refleja el contenido a impartir, las actividades que se llevarán a cabo en el proceso de enseñanza-aprendizaje; así como los recursos didácticos que apoyarán esta tarea. Se ha considerado oportuno diferenciar por una parte los recursos didácticos y por otra los recursos TIC, puesto

que la finalidad del presente trabajo es mejorar la calidad del proceso de aprendizaje y la motivación de los discentes mediante la implementación de los instrumentos tecnológicos y digitales.

Como consideración inicial, es conveniente comentar que los recursos didácticos básicos, así como los apuntes que seguirá el alumnado a lo largo de las sesiones y durante su estudio, estarán disponibles en la plataforma Google Drive, en la que todos los alumnos dispondrán de una cuenta personal. El profesor creará una serie de carpetas con los documentos que tendrán que utilizar, como el temario, los ejercicios, o ejemplos de exámenes de pruebas EBAU. Los alumnos tendrán que llevar a las clases el temario y los ejercicios impresos, ya que esto facilita en gran medida la labor de aprendizaje y hace que pueden seguir adecuadamente las sesiones. Se permitirá puntualmente, siempre que lo indique el profesor, que aquellos alumnos que dispongan de *Tablet* o *Smartphone* puedan consultar sus apuntes de manera ocasional. Para complementar y apoyar el proceso de enseñanza-aprendizaje, el profesorado podrá utilizar y a su vez ofrecer a los alumnos una serie de recursos, en este caso libros de texto de la asignatura, recomendados para este nivel académico como son, Alfaro, J., González, C. y Pina, M. (2013): *Economía de la Empresa. Segundo de Bachillerato*. Madrid, España. McGraw Hill ; Cabrera, A. (2009): *Economía de la empresa. Segundo de Bachillerato*. Madrid, España. SM ; y el Manual de Economía de la Empresa y otros recursos del profesor Jose Sande, (compartiendo conocimiento) los cuales son muy didácticos y fáciles de utilizar.

De igual manera, los alumnos adjuntarán los ejercicios o actividades que se realicen a través de esta plataforma digital, de la que el profesor dispondrá de acceso continuo para la corrección y evaluación de las mismas. Esta utilidad supone una ventaja a la hora de organizar las entregas, ya que resulta muy cómodo tanto para los alumnos como para el profesor, pero será conveniente que los profesores sean flexibles, y permitan su entrega en otros formatos no electrónicos como puede ser el papel, si los alumnos están condicionados por alguna eventualidad en alguna ocasión concreta.

En cuanto a los recursos didácticos, se han diferenciado, por una parte los recursos de espacio, y por otra los recursos materiales. Los recursos de espacio son el lugar físico concreto en el que se impartirá la sesión. En esta unidad didáctica, se utilizarán únicamente el aula habitual de clase asignada, y el aula TIC del centro para

la disposición de los ordenadores. Los recursos materiales utilizados generalmente serán los apuntes, ejercicios, fichas o documentos entregados puntualmente por el profesor al alumnado para el desarrollo de la sesión.

Finalmente, es conveniente hacer una reflexión acerca de la creación de los grupos o equipos de trabajo que se llevarán a cabo a lo largo de la unidad didáctica. Estos, por lo general, y siempre que no haya alguna excepción comportamental o de actitud concreta, se realizarán aleatoriamente, o a elección del alumnado. Para las actividades que no requieran de realización de trabajo cooperativo o de equipo fuera de las aulas, se formarán los equipos de manera habitual según el orden en el que se sitúen los alumnos en el aula, o excepcionalmente, según el orden de las listas de alumnado. Los discentes podrán exponer al profesor cualquier incidencia que tenga lugar en los equipos, y este actuará de la manera que considere oportuna para el mejor desarrollo de las clases y del proceso de aprendizaje de los alumnos.

A continuación se detallan doce tablas (Tabla 6.3.) en las que se refleja, como se ha comentado con anterioridad, la planificación y desarrollo concreto de cada una de las sesiones que contempla el proceso de enseñanza-aprendizaje de esta unidad didáctica concreta.

Tabla 6.3. Planificación y desarrollo concreto de las doce sesiones que conforman la unidad didáctica.

Sesión I	
Contenido	Introducción al tema. El mercado: concepto y clases.
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Brainstorming</i> inicial o tormenta de ideas sobre lo que consideran los alumnos la función comercial de la empresa, y sus funciones como departamento. Se irán anotando por el profesor en el ordenador. • Por parejas, los alumnos tendrán que comentar sus reflexiones acerca del vídeo documental que se presentará a lo largo de la sesión.
Recursos didácticos	<p><u>Espacio</u>: Aula habitual de clase.</p> <p><u>Materiales</u>: Apuntes elaborados por el profesor en la plataforma Google Drive, ordenador del profesor, proyector, pantalla de diapositivas y sistema de audio.</p>
Recursos TIC	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación de diapositivas de PowerPoint con los contenidos. (Véase ejemplo de las diapositivas de la primera sesión en el ANEXO VII). • Aplicación de Internet Wordle, para la realización de “Word clouds” o nubes de palabras. • Vídeo documental mediante la plataforma YouTube: “Coca- cola Vs Pepsi: La Guerra de Titanes” (min.43 en adelante). Se pretende abordar el contenido de la competencia imperfecta, en concreto el duopolio. (https://www.youtube.com/watch?v=OjHqH8hdDXU)

Sesión II	
Contenido	El mercado. Demanda de mercado y cuota de mercado.
Actividades	Realización de dos ejercicios sobre la cuota de mercado (ANEXO VII)
Recursos didácticos	<u>Espacio</u> : Aula habitual de clase. <u>Materiales</u> : Apuntes elaborados por el profesor y fichero de actividades disponibles en la plataforma Google Drive, ordenador del profesor, proyector y pantalla de diapositivas. Pizarra convencional para la resolución de los ejercicios por parte de los alumnos.
Recursos TIC	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación de diapositivas de PowerPoint con los contenidos. • Utilización de la aplicación informática Random Name Picker, la cual es una ruleta de nombres online para la elección aleatoria de los alumnos que resolverán los ejercicios.

Sesión III	
Contenido	La empresa ante el mercado. La investigación de mercados.
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Planteamiento simultáneo a la explicación del caso práctico sobre las fases de investigación de mercados. Cada alumno irá comentando como realizará la cadena de gimnasios "Active Gym" su investigación de mercado. • Los alumnos por pequeños equipos, tendrán que realizar una búsqueda rápida en Internet (podrán utilizar sus teléfonos móviles o el ordenador de clase aquellos que no dispongan de ellos), sobre el Neuromarketing y realizar una exposición de tres minutos de duración sobre lo que consideran que es y sus aplicaciones. Finalmente se pondrá un vídeo que trata sobre algunas características del Neuromarketing. El objetivo de esta actividad es que los alumnos conozcan las nuevas técnicas de investigación de mercados.
Recursos didácticos	<u>Espacio</u> : Aula habitual de clase. <u>Materiales</u> : Apuntes elaborados por el profesor disponibles en la plataforma Google Drive, ordenador del profesor, proyector, pantalla de diapositivas y sistema de audio.
Recursos TIC	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación de diapositivas de PowerPoint con los contenidos. • Vídeo: "Los 10 secretos del Neuromarketing". https://www.youtube.com/watch?v=xq1Uezq03yU • Vídeo: "¿Qué es el Big Data?". https://www.youtube.com/watch?v=eXMaoSEYrso

Sesión IV	
Contenido	Análisis del consumidor. (Fases del proceso y tipos de compra)
Actividades	En relación con el último vídeo expuesto en la anterior sesión, se realizará una actividad de aprendizaje cooperativo sobre el Big Data. Se realizarán grupos de 3 ó 4 alumnos, y se les asignará un enlace a una noticia reciente en alguno de los periódicos digitales. Todos los miembros del grupo tendrán la misma noticia, y en 15 minutos deberán explicar a sus compañeros de qué trata, de la forma didáctica que ellos consideren oportuna. El objetivo de esta actividad es que entiendan y comprendan las posibles ventajas e inconvenientes que tiene la utilización de los datos por parte de las empresas. Se favorecerá que los alumnos expresen sus opiniones en un breve debate.
Recursos didácticos	<u>Espacio:</u> Aula habitual de clase. <u>Materiales:</u> Apuntes elaborados por el profesor disponibles en la plataforma Google Drive, ordenador del profesor, proyector y pantalla de diapositivas. Sistema de audio.
Recursos TIC	Los enlaces a las noticias se encontrarán adjuntados en la plataforma Google Drive y podrán consultarlos en sus <i>smartphones</i> si lo consideran oportuno. A su vez se podrá facilitar una copia impresa a aquellos que lo requieran. <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>“Sensores y Big Data. Amazon quiere “matar” al supermercado (y saber todo de ti). “</i> https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2016-12-09/amazon-go-sensores-big-data_1300795/ 2. <i>“Iberia destaca la importancia del «Big Data» para alcanzar su índice de puntualidad”.</i> http://www.abc.es/economia/abci-iberia-destaca-importancia-data-para-alcanzar-indice-puntualidad-201802272117_noticia.html#disqus_thread 3. <i>“Turismo y ‘Big Data’, una amistad muy beneficiosa”</i> https://retina.elpais.com/retina/2018/02/19/innovacion/1519039596_016655.html 4. <i>“El Big Data: la nueva revolución industrial”</i> http://www.abc.es/tecnologia/informatica/software/abci-data-nueva-revolucion-industrial-201805030120_noticia.html

Sesión V	
Contenido	Segmentación del mercado. (Variables, etapas del proceso y estrategias).
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Antes de comenzar con el contenido de la segmentación de mercados, se realizará una actividad en la que tendrán que conocer y descubrir las principales asociaciones de consumidores y cuál es su finalidad (esto enlazará con la sesión anterior y será la actividad final del análisis del consumidor). • Al finalizar la clase se propondrá una actividad individual como tarea. Consistirá en el reconocimiento y justificación de como mínimo tres variables de segmentación de dos modelos de vehículo <i>Toyota</i>, mediante el análisis de dos fotografías y dos anuncios publicitarios. Tendrán que crear una actividad en Google Docs y adjuntará a la carpeta individual de actividades para la corrección del profesor.
Recursos didácticos	<p><u>Espacio:</u> Aula habitual de clase.</p> <p><u>Materiales:</u> Apuntes elaborados por el profesor disponibles en la plataforma Google Drive, ordenador del profesor, proyector y pantalla de diapositivas. Sistema de audio.</p>
Recursos TIC	<ul style="list-style-type: none"> • Para la actividad de las asociaciones de consumidores. Se propondrán varias (Aecosan, FACUA, OCU...) y varios alumnos utilizarán el ordenador de clase para investigar a través de su página web y “descubrir” y explicar mediante la proyección a sus compañeros cuál es la finalidad y objetivo de dicha asociación. • Vídeos actividad: <ul style="list-style-type: none"> - <i>Anuncio Toyota Verso:</i> https://www.youtube.com/watch?time_continue=8&v=RSII16pboFo - <i>Anuncio Toyota Yaris:</i> https://www.youtube.com/watch?v=dUbOHvvdmxQ

Sesión VI	
Contenido	Plan de Marketing. Definición y enfoques. Etapas del Marketing. Marketing estratégico.
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Comentar brevemente sus impresiones acerca de los cambios del marketing a lo largo de la historia después de la visualización de un vídeo. • Realización en grupos de 3 personas del Análisis DAFO que ellos escojan (el profesor propondrá varias si fuera necesario). Posteriormente colgarán su análisis en la plataforma Google Drive. (El profesor valorará el contenido y la forma de presentación, originalidad y claridad). El objetivo es que los alumnos comprendan el análisis de la situación y diagnóstico de una empresa, previo a la realización de la fase estratégica.
Recursos didácticos	<p><u>Espacio:</u> Aula habitual de clase.</p> <p><u>Materiales:</u> Apuntes elaborados por el profesor disponibles en la plataforma Google Drive, ordenador del profesor, proyector y pantalla de diapositivas. Sistema de audio.</p>
Recursos TIC	<ul style="list-style-type: none"> • Vídeo: “<i>A short history of MK.</i>” https://www.youtube.com/watch?v=NewrL-Tw_Wk • Se propondrá la utilización del programa informático Canva para la realización de la matriz DAFO a modo de Infografía.

Sesión VII	
Contenido	Etapas del marketing. Marketing operativo.
Actividades	Al finalizar la parte teórica, se trabajará durante el resto de la sesión en dos <u>comentarios de texto</u> (textos tipo basados en las pruebas EBAU), de contenidos ya explicados en clase, que estarán disponibles en la carpeta de actividades de Google Drive. Se podrá trabajar por parejas en el aula, pero se subirá a la plataforma de manera individual para su posterior evaluación. La corrección se llevará a cabo en clase después de dos o tres sesiones.
Recursos didácticos	<u>Espacio</u> : Aula habitual de clase. <u>Materiales</u> : Apuntes elaborados por el profesor disponibles en la plataforma Google Drive, ordenador del profesor, proyector y pantalla de diapositivas. Sistema de audio.
Recursos TIC	Comentarios de texto disponibles en la plataforma Google Drive y su realización será evaluada en la misma plataforma. <ul style="list-style-type: none"> • “<i>Chicas cocodrilo.</i>” (trata de la segmentación de mercados) https://elpais.com/economia/2012/06/15/actualidad/1339789293_627524.html • “<i>Globalia reorganiza todo su negocio hostelero bajo la enseña de Be Live.</i>” (trata de las estrategias de cartera de productos) http://www.expansion.com/2014/11/20/empresas/transporte/1416496611.html

Sesión VIII	
Contenido	Definición del Marketing Mix. La política de producto.
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Al inicio de la sesión se realizará una actividad concurso online denominada Socrative, en la que los alumnos por equipos de 2 ó 3 integrantes contestarán a las preguntas tipo test mediante un dispositivo móvil por equipo. Las cuestiones de la actividad se encuentran en el ANEXO VI. • Actividad sobre una noticia acerca del contenido del capital de marca. Se comentará en el aula por parte de los alumnos.
Recursos didácticos	<u>Espacio</u> : Aula habitual de clase. <u>Materiales</u> : Apuntes elaborados por el profesor disponibles en la plataforma Google Drive, ordenador del profesor, proyector y pantalla de diapositivas. Sistema de audio. Dispositivos móviles de los alumnos.
Recursos TIC	<ul style="list-style-type: none"> • Actividad concurso mediante aplicación Socrative. Se permitirá la utilización por parte del alumnado de los dispositivos móviles. • Noticia sobre Interbrand. “<i>Sorpresas en el ranking de las marcas españolas más valiosas</i>”. Periódico La Vanguardia. http://www.lavanguardia.com/economia/20180118/4496950350/marcas-espana-zara-mercadona.html

Sesión IX	
Contenido	Marketing Mix. La política de precio.
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> Realización de un ejercicio en clase sobre la Elasticidad-precio de la demanda. Se corregirá en la pizarra convencional. Noticia acerca de los precios de los productos. Se preparará una argumentación por parejas acerca de los precios de los productos tecnológicos (Caso de productos Apple).
Recursos didácticos	<p><u>Espacio:</u> Aula habitual de clase.</p> <p><u>Materiales:</u> Apuntes elaborados por el profesor y documento de actividades disponibles en la plataforma Google Drive, ordenador del profesor, proyector y pantalla de diapositivas. Sistema de audio.</p>
Recursos TIC	<p>Noticia de El País online en relación a la variación de precios de los productos: "<i>¿Cuál es el mejor momento para comprar un ordenador?</i>": http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2016/04/25/actualidad/1461594777_577632.html</p>

Sesión X	
Contenido	Marketing Mix. La política de producto y de precio.
Actividades	<p>Realización de una <u>Infografía</u> por equipos de tres alumnos en la sala de ordenadores. Unos equipos realizarán la actividad para la política de producto, y otros equipos para la política de precio. Se dedicará la sesión entera, e inicialmente el profesor explicará unas pautas iniciales para la utilización de la aplicación. Se estima que sea suficiente para que los alumnos puedan finalizar la tarea. Se valorará el contenido adecuado a las explicaciones de clase y la presencia y originalidad. Se enviará al profesor mediante correo electrónico o adjuntándolo a la aplicación Google Drive.</p>
Recursos didácticos	<p><u>Espacio:</u> Aula TIC del centro.</p> <p><u>Materiales:</u> Apuntes elaborados por el profesor disponibles en la plataforma Google Drive para que los alumnos puedan consultarlos durante la realización de la actividad.</p>
Recursos TIC	<p>Aplicación gratuita online Piktochart para la realización de Infografías. Tiene una presentación muy sencilla y fácil de utilizar con la que los alumnos pueden sentirse cómodos realizando la actividad.</p>

Sesión XI	
Contenido	Marketing Mix. La política de promoción y la política de distribución.
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Preparación por parejas de argumentos a favor o en contra de la implementación de las “tiendas inteligentes” de Amazon. Se pretende que los alumnos conozcan las nuevas técnicas de distribución comercial. • Al finalizar esta unidad didáctica, y cada una de las unidades del curso, se realizará un breve <u>mapa conceptual</u> mediante una aplicación online con los conceptos principales. Para cada unidad didáctica será un grupo diferente el que realice el mapa conceptual, y lo adjunte en la plataforma virtual de manera que facilite el estudio de sus compañeros. El profesor corregirá y propondrá las modificaciones oportunas sobre la actividad.
Recursos didácticos	<p><u>Espacio</u>: Aula habitual de clase.</p> <p><u>Materiales</u>: Apuntes elaborados por el profesor y documento de actividades disponibles en la plataforma Google Drive, ordenador del profesor, proyector y pantalla de diapositivas. Sistema de audio.</p>
Recursos TIC	<ul style="list-style-type: none"> • Vídeo sobre Storytelling en relación a la comunicación y en concreto a los nuevos métodos de publicidad existentes, “<i>Pase lo que pase yo estoy a tu lado</i>” - Spot Pizza Casa Tarradellas: https://www.youtube.com/watch?v=J87qcOQjRCE • Vídeo: “<i>Amazon Go: así quiere Amazon que sean las TIENDAS DEL FUTURO</i>” en relación a las nuevas técnicas de distribución comercial: https://www.youtube.com/watch?v=WFgFz-RBZ1Y • Noticia sobre “Los ingeniosos trucos de los supermercados para conseguir que compres más” en relación a la distribución en plaza: http://www.lavanguardia.com/comer/tendencias/20161227/412924473035/ingeniosos-trucos-supermercados-para-comprar-mas-marketing-publicidad-consumo.html • Vídeo sobre los “Influencers”: “<i>El gran fraude de los influencers</i>” acerca de los nuevos métodos de publicidad o marketing de influencia. https://www.youtube.com/watch?v=G9Nbef9_vUo&t=21s • Aplicación online gratuita para la realización de mapas conceptuales Mindomo.

Sesión XII	
Contenido	Evaluación de la unidad didáctica.
Actividades	<p>Realización individual de un prueba final escrita, la cual constará de tres partes. (véase en el ANEXO IV).</p> <p>La primera parte estará compuesta por un <u>test</u> de 16 preguntas con tres respuestas, siendo solamente una de ellas válida.</p> <p>La segunda parte consistirá en el <u>desarrollo de un tema</u> ajustándose al tiempo proporcionado. En este caso el tema será “Las variables del Marketing Mix.”</p> <p>La tercera parte de la prueba escrita consistirá en la lectura de un <u>comentario de texto</u> y la posterior resolución de tres cuestiones relacionadas con el mismo.</p> <p>La ponderación de cada una de las partes de la prueba está especificada al inicio del examen. Adicionalmente se restarán 0,3 puntos del total de la calificación de la prueba por la presentación poco adecuada del examen y 0,1 puntos por cada falta de ortografía grave.</p> <p>Esta prueba se ajusta en forma a los exámenes de acceso a la universidad o pruebas EBAU.</p>
Recursos didácticos	<p><u>Espacio</u>: aula habitual de clase.</p> <p><u>Materiales</u>: se facilitará el examen en formato papel.</p>
Recursos TIC	En esta sesión no se utilizará ningún recurso TIC.

Fuente: Elaboración propia.

6.15. Evaluación

La evaluación didáctica es el proceso de valoración del proceso de enseñanza-aprendizaje. En él se toman como referencia datos y estimaciones a lo largo del transcurso de la unidad didáctica, que permiten a los docentes tomar decisiones justas y ajustadas a los criterios de evaluación y estándares de aprendizaje propuestos. Es recomendable tener en cuenta, además de los meros conocimientos cognitivos, otros como valores o actitudes positivas a lo largo del transcurso de la unidad didáctica. El interés por la asignatura y por las diferentes actividades realizadas, la motivación y la calidad del aprendizaje cooperativo mediante la observación por parte del profesor, serán algunos criterios que tendrán importancia en el proceso.

6.15.1. Criterios de evaluación y estándares de aprendizaje.

Los criterios de evaluación y los estándares de aprendizaje evaluables que se tendrán en cuenta para la evaluación de los discentes en esta unidad didáctica son los

que recoge la ley autonómica, en concreto la citada ya en epígrafes anteriores, *ORDEN EDU/363/2015, de 4 de mayo, por la que se establece el currículo y se regula la implantación, evaluación y desarrollo del bachillerato* en la Comunidad de Castilla y León.

En la tabla apaisada que se muestra a continuación (Tabla 6.4.), se refleja la relación existente entre los contenidos, el criterio de evaluación, (ya que en este caso la ley fija solamente uno), con los seis estándares de aprendizaje a desarrollar por el alumnado a lo largo de la unidad didáctica. A su vez, los estándares de aprendizaje están relacionados con las competencias clave que se han desarrollado anteriormente, especificando cuáles se desarrollan con mayor intensidad en cada estándar. Finalmente, se establecen los instrumentos de evaluación que se asignarán a la consecución de cada estándar de aprendizaje evaluable, y que en definitiva tendrán que superar los alumnos.

6.15.2. Momentos e instrumentos de la evaluación

Evaluación inicial: Al inicio de la unidad didáctica se realizará una actividad previa cuya finalidad será conocer los conocimientos iniciales del alumnado, además de motivar el interés por la nueva unidad. En este caso, se realizará a través de una nube de palabras con la aplicación “*Wordle*”. Se valorará su participación en la realización de la actividad y su esfuerzo por aportar ideas en lo que se considera una actividad cooperativa de partida de esta unidad didáctica.

Evaluación continua o formativa: esta evaluación continua o formativa estará compuesta por los trabajos o actividades entregadas al profesor y calificadas posteriormente. A su vez, se valorará la actitud presentada en las clases, la asistencia la cual es obligatoria, el grado de interés a lo largo de las sesiones, así como la actitud cooperativa y de resolución de conflictos entre los discentes en las diferentes actividades que se lleven a cabo. También se valorará la intervención en las exposiciones orales, debates y cuestiones realizadas por el profesor a colación del análisis de noticias o vídeos. En definitiva, se valorará un progreso adecuado de las actitudes y competencias del alumnado a lo largo de las sesiones.

Tabla 6.4. Tabla curricular de la Unidad didáctica: La función comercial de la empresa.

Contenidos	Criterios de evaluación	Estándares de aprendizaje evaluables		Competencias clave (Abreviaturas en epígrafe 6.8)	Instrumentos de evaluación
<ul style="list-style-type: none"> • El concepto de mercado y sus clases. • La empresa ante el mercado: técnicas de investigación de mercados, análisis del consumidor y segmentación de mercados. • El Plan de Marketing. • Las variables del marketing mix y la elaboración de estrategias. • La utilización de las TIC en el comercio. • Aplicación a la comunidad de Castilla y León. 	<p>1. Analizar las características del mercado y explicar, de acuerdo con ellas, las políticas de marketing aplicadas por una empresa ante diferentes situaciones y objetivos.</p>	1.1	Caracteriza un mercado en función de diferentes variables, como por ejemplo, el número de competidores y el producto vendido.	SIIE AA CD	Prueba escrita.
		1.2	Identifica, y adapta a cada caso concreto, las diferentes estrategias y enfoques de marketing.	SIIE CD	Actividad evaluable (comentario de texto). Prueba escrita.
		1.3	Interpreta y valora estrategias de marketing, incorporando en esa valoración consideraciones de carácter ético, social y ambiental.	SIIE CSC CD	Comentarios de texto. Actividades en el aula. Prueba escrita.
		1.4	Comprende y explica las diferentes fases y etapas de la investigación de mercados.	SIIE AA CD	Prueba escrita. Actividad de caso práctico realizada en el aula.
		1.5	Aplica criterios y estrategias de segmentación de mercados en distintos casos prácticos.	SIIE AA CD	Prueba escrita. Actividad evaluable (dos anuncios a analizar).
		1.6	Analiza y valora las oportunidades de innovación y transformación con el desarrollo de la tecnología más actual aplicada al marketing.	SIIE AA CD	Actividades en el aula. Comentario de texto.

Fuente: Elaboración propia.

Evaluación final: la calificación final de la unidad didáctica estará compuesta por la prueba escrita de la última sesión de la unidad didáctica, por las actividades evaluables que se realicen durante la misma, las cuales se evaluarán teniendo en cuenta la rúbrica que se refleja a continuación en la Tabla 6.5., y por la actitud, participación y asistencia a las clases.

Será recomendable que se realice una evaluación posterior del proceso de enseñanza-aprendizaje, al finalizar la unidad didáctica. En ella, los alumnos, oralmente o por escrito, podrán contemplar sus reflexiones acerca de cómo se ha impartido la unidad, sus posibles impresiones y lo que consideran oportuno cambiar para próximas sesiones. Esto servirá como evaluación de nuestro trabajo como docentes, y supondrá un *feedback* enriquecedor de cara a modificar y adecuar las unidades didácticas a las necesidades del alumnado.

6.15.3. Criterios de calificación

Para que el alumnado supere la evaluación de esta unidad didáctica, será necesario la obtención de una nota mínima de un cinco mediante los diversos instrumentos de calificación cuyo porcentaje sobre el total se detalla a continuación.

El conjunto de todas las actividades y ejercicios realizados evaluables, supondrán un 30% de la calificación total de la unidad didáctica. Por otra parte, la actitud hacia la asignatura, la motivación por las actividades realizadas tanto individual como cooperativamente, la asistencia a las clases y la participación durante las sesiones supondrán un 10% de la calificación final. Finalmente, la prueba final de la unidad didáctica, así como todos los registros o controles escritos que se puedan realizar si así se estima oportuno, tendrán una ponderación de un 60% de la nota final.

6.16. Atención a la diversidad. Alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo.

En la organización de los estudios de Bachillerato, como en la de otras etapas formativas, se prestará especial atención al alumnado que presente necesidades específicas de apoyo educativo. Las Administraciones Educativas por su parte, establecerán las condiciones de accesibilidad y diseño universal, así como los recursos de apoyo que favorezcan el acceso al currículo del alumnado con necesidades educativas especiales.

Este grupo concreto de Economía de la Empresa de 2º de Bachillerato, no cuenta con ningún alumno con NEE (Necesidades Educativas Especiales). Pero es importante tener en cuenta que los ritmos de aprendizaje suelen ser heterogéneos, y que en este caso se deba recurrir a medidas de atención a la diversidad de tipo ordinario, que se encuentren recogidas específicamente en la programación didáctica de la asignatura.

Para los alumnos que pudieran presentar un ritmo de aprendizaje más lento o con alguna dificultad en esta unidad didáctica concreta o a lo largo del curso, se les pueden ofrecer algún esquema o resumen de los contenidos didácticos que le facilite el seguimiento de las clases. A su vez, se les pueden proponer actividades de refuerzo individual (del mismo nivel o de un nivel inferior a las ya propuestas), e incluso si posteriormente se presentarán a las pruebas EBAU, se les puede facilitar algún examen tipo resuelto o corregir los ya realizados de manera más individualizada. También se pueden favorecer los agrupamientos flexibles para las diferentes actividades o trabajos en equipos, de manera que se refuerce y complemente el aprendizaje entre el alumnado.

Para aquellos alumnos que presenten características propias de un aprendizaje más rápido que el resto de sus compañeros, en esta unidad didáctica concreta también se facilitará y dispondrá de materiales adicionales de un mayor nivel de complejidad, que complementen y que favorezcan que estos alumnos se sientan realizados en cuanto a su proceso de aprendizaje, y para que los discentes vean resueltas las diferentes curiosidades suscitadas a lo largo de la unidad.

Tabla 6.5. Rúbrica para la evaluación de las actividades evaluables (individuales y/o grupales)

Criterios	Sobresaliente (10-9 puntos)	Notable (9-7 puntos)	Bien (6-5 puntos)	Insuficiente (<5 puntos)
Plazos, tiempos de entrega y forma	Se ha respetado el plazo máximo de entrega de la actividad, y la forma de presentación es la adecuada.	Se ha respetado el plazo máximo de entrega, aunque la forma de presentación es algo mejorable.	Se ha respetado el plazo máximo de entrega, pero la forma de presentación no es la adecuada.	No se ha entregado la actividad.
Cantidad de información	Se ha realizado un tratamiento muy profundo en cada uno de los apartados o partes de la actividad, no dejando ningún apartado sin contestar. Realiza aportaciones como ejemplos y explicaciones extensas y claras.	Se ha realizado un tratamiento profundo de los apartados, no dejando ningún apartado sin contestar. Hace alguna aportación, o expone algún ejemplo.	Se ha realizado un correcto tratamiento de los apartados, dejando alguno sin contestar.	Se ha realizado un tratamiento superficial de los apartados, dejando muchos de ellos sin contestar.
Calidad de la información	Perfecta adecuación del contenido a los apartados. Es muy clara y fiel a la finalidad de la actividad. La redacción está muy cuidada, lo cual facilita mucho la lectura.	Buena adecuación del contenido a los apartados. La redacción es buena y facilita la lectura.	Adecuación de algunos apartados al contenido requerido. La redacción tiene algunos fallos pero facilita la lectura.	Muy poca adecuación del contenido a los apartados. La redacción es compleja y dificulta la lectura.
Originalidad en diseño y contenido	Aporta muchas ideas originales o creativas. Propone muchas aportaciones propias, así como opiniones o reflexiones al margen de lo impartido en clase.	Aporta una cantidad considerable de ideas originales o creativas. Además propone opiniones y aportaciones propias.	Aporta alguna idea original o creativa. Propone alguna opinión o aportación propia.	Aporta pocas ideas originales o creativas. No propone opiniones o aportaciones propias.
Recursos digitales	La actividad se enriquece con todos los recursos tecnológicos propuestos, e incluso con la aportación de otros nuevos.	La actividad se realiza con los recursos tecnológicos propuestos de manera adecuada.	La actividad se realiza con algunos de los recursos tecnológicos propuestos.	La actividad no ha sido realizada con los recursos tecnológicos propuestos.
Trabajo en clase	Las actividades se realizan en clase y se completan y mejoran fuera de clase.	Las actividades solo se trabajan en clase sin ser completados fuera de clase.	Las actividades se realizan fuera de clase, y en el aula se trabaja poco.	No se trabaja nada la actividad en el horario de clase.
Trabajo cooperativo	Habilidad en la escucha empática, conciencia de los puntos de vista y opiniones de los demás. Se realizan aportaciones personales y opiniones enriquecedoras durante el trabajo.	Se muestra interés en la interacción de equipo. Se escucha y se ofrecen opiniones y aportaciones.	Se muestra habilidad de escucha y de interacción. Se ofrece alguna opinión u aportación puntual.	Muy poca interacción. Desinterés en la escucha hacia el resto de integrantes del equipo. No ofrece opiniones o aportaciones.

Fuente: Elaboración propia.

6.17. Bibliografía en referencia a la unidad didáctica

- Alfaro, J., González, C. y Pina, M. (2013): *Economía de la Empresa. Segundo de Bachillerato*. Madrid, España. McGraw Hill.
- Barbado, C. y Lluch, E. (2004): *Economía y organización de empresas. Segundo de Bachillerato*. Madrid, España. Recursos didácticos. SM.
- Cabrera Bautista, A. (2009): *Economía de la empresa. Segundo de Bachillerato*. Madrid, España. SM.
- Palomino. J.C., Hitos, R., Heras, L.J. (2009). *Economía de la Empresa. Segundo de Bachillerato*. Madrid, España: Edelvives.
- Perales Soler, D. (2009): *Economía de la empresa. Segundo de Bachillerato*. Madrid, España. Pearson.
- Walsh, L.S. (1993): *International Marketing*. Pitman. London.

Enlaces web utilizados:

- Compartiendo conocimiento. Jose Sande. Manual de Economía de la Empresa y otros recursos.
(http://www.librosdetextogratis.com/fotos/1345404514_8LGp.pdf)
(<http://compartiendoconocimiento.wordpress.com/>)
- Para profes de economía. Eva Baena Jiménez
(<http://paraprofesdeeconomia.wordpress.com/>)
- Ecobachillerato
(www.ecobachillerato.com)
- Primero estrategia (Consultora Estratégica de Marca)
(www.primeroestrategia.com)
- Neuromarketing / Neuromarca
(<http://neuromarca.com/neuromarketing/>)
- Webeconomía
(www.webeconomia.com)
- Aprendeconomía
(<https://aprendeconomia.com/>)
- American Marketing Association
(<https://www.ama.org/Pages/default.aspx>)

7. CONCLUSIONES

A lo largo del presente Trabajo Fin de Máster, se ha abordado la actual importancia e influencia de las nuevas TIC en el ámbito educativo. Es indudable que el panorama social y la forma en la que nos comunicamos y relacionamos están en incesante cambio, y es por esto que el sistema educativo no puede quedarse atrás y no adaptarse a las coyunturas cambiantes.

Como se ha reflejado durante el trabajo, los jóvenes están intensamente expuestos a las nuevas tecnologías, de tal manera que suponen una generación digital nueva, ligada y unida de su mano. Esto queda reflejado en la investigación realizada para el presente trabajo, en la que como conclusión se extrae que cerca de la mitad de la muestra de alumnado encuestada afirma dedicar más de cuatro horas diarias a la utilización de las nuevas tecnologías. Además, los datos más recientes nos dan a conocer que los recursos y herramientas TIC están prácticamente disponibles en todas las aulas de los centros educativos españoles, por lo tanto, evitar y no potenciar su uso en las aulas resultaría improductivo en cuanto a los resultados de los procesos de enseñanza-aprendizaje, y en cuanto a lo que resulta aún más importante, la motivación del alumnado en estas etapas formativas.

Los aprendizajes realizados a lo largo de las asignaturas del Master, y la experiencia práctica docente de la parte *Prácticum*, me han facilitado la realización del trabajo y han despertado en mi la necesidad de investigar y realizar una propuesta de cómo abordar e implementar las TIC, ya que nuestra labor como docentes ha de ser facilitar su uso como herramienta didáctica, que apoye y complemente a todas las metodologías y modalidades aplicables en las aulas.

Son muchos los métodos y herramientas distintas para aplicar las nuevas tecnologías en las aulas de la etapa de Bachillerato, y en el presente trabajo se recogen algunas de ellas, las cuales asocian su uso a las materias que nos conciernen de la rama de Economía. Estas asignaturas, tienen una estrecha relación con las nuevas tecnologías, con la necesidad de estar constantemente informados, con los cambios en la comunicación y en las relaciones que se dan entre todos los factores socioeconómicos. Además, la mayoría de los alumnos según la encuesta realizada, se sienten cómodos con la utilización de la mayoría de recursos TIC en las clases y consideran que estas son útiles para el aprendizaje de asignaturas de Economía.

Concretamente en la asignatura que concierne la unidad didáctica de este trabajo, la Economía de la Empresa, la aplicación de las TIC es un recurso fundamental para que los alumnos comprendan la realidad las relaciones empresariales con el exterior, el funcionamiento de una organización y sus funciones. A su vez, la motivación del alumnado se verá favorecida, y resulta fundamental puesto que es el motor del interés, la curiosidad por las materias, y en definitiva del aprendizaje de calidad. Además, y como se ha podido comprobar en la investigación, la mayoría de la muestra encuestada considera que les motiva bastante el uso de vídeos y concursos o ejercicios online durante las clases. A su vez, el uso de las redes sociales por parte del alumnado encuestado parece tener gran importancia, ya que más de un setenta por ciento de la muestra encuestada en el presente trabajo afirmó disponer de tres o más cuentas en diferentes redes sociales. Su utilización compete también al uso académico, puesto que se observa que la mayoría de los alumnos utilizan las redes sociales para consultar dudas o compartir información con sus compañeros de clase. En definitiva, son una herramienta de comunicación imprescindible en estas etapas y en la sociedad en general, lo cual podría adaptarse y favorecerse de una manera instructiva en las aulas de Economía de la Empresa y en el acercamiento y motivación de los discentes.

De los resultados de la investigación, y desde la perspectiva de los discentes, también se puede concluir que existe correlación entre el interés mostrado hacia las asignaturas que implementan las nuevas tecnologías, (así como el grado que les cuesta a los alumnos estudiar las mismas), con los resultados obtenidos en las materias en las que se utilizan las TIC como recurso didáctico. Por ello, la importancia de implementar las herramientas tecnológicas y digitales como técnica para favorecer y apoyar, tanto las distintas maneras de enseñar como las distintas maneras de aprender. A su vez, una de las múltiples ventajas de la utilización de las TIC en las aulas es que facilitan las habilidades de autoaprendizaje, el aprendizaje cooperativo, incrementan las habilidades de aprender a aprender, hacen partícipes a los discentes en las clases, y estimulan el aprendizaje.

La propuesta de unidad didáctica realizada en este trabajo, puede ser un ejemplo a implementar en cualquier contenido de la asignatura de Economía de la Empresa y en cualquier centro con unas características similares. Se presenta así una guía práctica, aplicable y flexible a la realidad de las aulas del segundo curso de bachillerato, un nivel educativo en el que tiene vital importancia los contenidos

curriculares de cara a las pruebas EBAU de acceso a la universidad, y en el que es necesario ajustar los tiempos y contenidos presentados y evaluados. También es de vital importancia preparar al alumnado para formaciones superiores o universitarias e incluso para su futura vida profesional; y tener en cuenta que en el curso presentado para la unidad didáctica se cuenta con alumnos procedentes del Bachillerato de Investigación y Excelencia, siendo el uso de las nuevas tecnologías es fundamental para realizar sus proyectos e iniciarse ya en estas etapas en el mundo de la investigación. Por todo ello la importancia de la disposición de las TIC en las aulas acerca a los discentes a la realidad.

En cuanto a las limitaciones existentes y a las posibles propuestas de mejora del tema que trata este Trabajo Fin de Máster, es necesario abordar los inconvenientes que muchos autores consideran al respecto de la utilización de las TIC. Fundamentalmente, estos conciernen a la figura del profesorado, y a la falta de flexibilidad, incentivos y actitudes presentadas en muchas ocasiones por el colectivo docente y por las instituciones educativas. A partir de los resultados obtenidos la encuesta realizada a los alumnos de Bachillerato, se puede concluir que según el alumnado, no todos los profesores utilizan y favorecen de alguna manera el uso de recursos o herramientas TIC en sus clases, por ello aún queda un largo camino por recorrer en este aspecto. Además, es necesario favorecer y hacer que los alumnos se sientan cómodos utilizando las TIC en el ámbito educativo, apoyar y respetar los ritmos de adecuación de cada discente, y promover su utilización en diversos niveles según la seguridad y las necesidades del alumnado.

Como propuesta para líneas futuras de investigación, podría ser fundamental la realización de investigaciones acerca de las percepciones del profesorado, de sus experiencias y puntos de vista en cuanto a la implementación de recursos TIC en sus diferentes cursos y asignaturas, y a analizar como evoluciona actualmente la “brecha digital” entre el alumnado y el profesorado. Su opinión puede ser relevante para saber cómo actuar y abordar la educación en estas etapas de una manera próspera e innovadora. Por otro lado, se podría analizar la posible propuesta de implementación de las *Tablet* en las aulas en detrimento de los convencionales libros de texto. Personalmente considero que estas opciones cada vez toman más peso en nuestro sistema educativo, y en estos niveles académicos, y es una realidad propuesta en centros como el I.E.S. La Merced, que acompaña y colabora en este trabajo.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Área, M., y Correa, J. (2010). Las TIC entran en las escuelas. Nuevos retos educativos, nuevas prácticas docentes. Políticas educativas y buenas prácticas con TIC. Barcelona: Graó.
- Adell, J. (1997). Tendencias en educación en la sociedad de las tecnologías de la información. *Revista Electrónica de Tecnología Educativa* (7), 1-19.
- Area, M., Hernández-Rivero, V., y Sosa-Alonso, J. (2016). Modelos de integración didáctica de las TIC en el aula. *Revista Científica de Educomunicación* , XXIV (47), 79-87.
- Bernete García, F. (2010). Usos de las TIC, Relaciones sociales y cambios en la socialización de las y los jóvenes. *Revista de Estudios de Juventud* (88), 97-114.
- Berríos, L., y Buxarrais, M. (2005). Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y los adolescentes. Algunos datos. *Monografías virtuales. Ciudadanía, democracia y valores en sociedades plurales*. (5).
- Bringué, Sala, X., y Sádaba, C. (2009). *La Generación Interactiva en España. Niños y adolescentes ante las pantallas*. Facultad de Comunicación, Universidad de Navarra. Colección Fundación Telefónica Ariel .
- Buckingham, D., y Martínez , J. (2013). Jóvenes interactivos: Nueva ciudadanía entre redes sociales y escenarios escolares. *Comunicar* , XX (40), 10-14.
- Cabero, J. (2007). Las necesidades de las TIC en el ámbito educativo: oportunidades, riesgos y necesidades. *Tecnología y Comunicación Educativas* (45), 5-19.
- Cabero, J. (1996). Nuevas tecnologías, comunicación y educación. (G. d. Baleares, Ed.) *Revista Electrónica de Tecnología Educativa* (1).
- Cacheiro González, M. (2011). Recursos educativos TIC de información, colaboración y aprendizaje. *Revista de Medios y Educación. (Departamento de Didáctica, Organización Escolar y Didácticas Especiales)* .
- Campos, Martínez, J. (2015). *El uso de las TIC, dispositivos móviles y redes sociales en una aula de la Educación Secundaria Obligatoria*. Universidad de Granada, Departamento de Antropología Social, Granada.
- Coll, C., Onrubia, J., y Mauri, T. (2007). Tecnología y prácticas pedagógicas: las TIC como instrumentos de mediación de la actividad conjunta de profesores y estudiantes. *Anuario de Psicología. Universidad de Barcelona* , 38 (3), 377-400.

- Eurydice. Comisión Europea. (2011). *Cifras clave sobre el uso de las TIC para el aprendizaje y la innovación en los centros escolares de Europa 2011*. Agencia Ejecutiva en el ámbito Educativo, Audiovisual y Cultural, Bruselas.
- Gairín Sallán, J., y Mercader, C. (2018). Usos y abusos de las TIC en los adolescentes. *Revista de Investigación Educativa* , 36 (1), 125-140.
- García, F., Portillo, J., Romo, J., y Benito, M. (2008). Nativos digitales y modelos de aprendizaje. *IV Simposio Pluridisciplinar sobre Diseño, Evaluación y Desarrollo de Contenidos Educativos Reutilizables (SPDECE07)*. Universidad de País Vasco.
- Gros, B., y Contreras, D. (2006). La alfabetización digital y el desarrollo de competencias ciudadanas. *Revista Iberoamericana de Educación* (42), 103-125.
- Gómez, P. (2014). *Presentación y Recursos y Actividades para la didáctica de las ciencias experimentales. Máster Formación Profesorado ESO y Bachillerato de la UCM*. Recuperado el 21 de 04 de 2018, de Masterdidáctica: <http://masterdidactica.wikispaces.com/1recursos>
- Hernández Martín, A., y Martín de Arriba, J. (2007). Concepciones de los docentes no universitarios sobre el aprendizaje colaborativo con TIC. *Educación XXI* , 20 (1), 185-208.
- Instituto de Tecnologías Educativas ITE. (2011). *Competencia Digital*. Departamento de Proyectos Europeos. Ministerio de Educación.
- Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado (INTEF). (2016). *Indicadores del uso de las TIC en España y en Europa. Año 2016*. Departamento de Proyectos Europeos.
- Majó, J., y Marquès, P. (2001). *La revolución educativa en la era Internet*. Barcelona: CissPraxis.
- Marquès, P. (2008). *Las competencias digitales de los docentes*. (U. A. Barcelona, Editor) Recuperado el 15 de 04 de 2018, de peremarques.pangea.org: <http://peremarques.pangea.org/competenciasdigitales.htm>
- Martí, E., y Coll, Salvador, C. (1990). La educación escolar ante las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación. *Desarrollo psicológico y educación (Psicología de la educación escolar)* , 2, 623-652.
- OCDE, O. p. (2004). Documento de la OCDE sobre Competencias. 4.
- Orozco Alvarado, J., y Díaz Pérez, A. (2018). Aprendizaje Basado en Proyectos. Experiencia didáctica en Educación Secundaria implementando las TIC en la

- asignatura Aprender, Emprender y Prosperar. *Revista Científica de FAREM-Estelí* , 38-52.
- Pacheco Olea, F. (Junio de 2015). Las TIC como herramientas en el proceso de enseñanza-aprendizaje para optimizar el rendimiento académico. *Revista Ciencias Pedagógicas e Innovación* , 56-62.
- Pisá Bo, M., y Novejarque Civera, J. (2017). *Las TIC en el aula y su efecto final en el resultado de aprendizaje*. Esic Business Marketing & School, Economía y Finanzas, Valencia.
- Prensky, M. (2010). *Nativos e Inmigrantes Digitales*. Institución Educativa SEK.
- Punset, E. (2005). *El viaje a la felicidad. Las nuevas Claves científicas*. Barcelona: Destino.
- Sánchez, Asín, A., Boix, Peinado, J., y Jurado de los Santos, P. (2009). La sociedad del conocimiento y las TICS: Una inmejorable oportunidad para el cambio docente,. *Revista de Medios y Educación* , 34, 179-204.
- Sande Edreira, J. (2010). *Aprender Economía en la era digital*.
- Santos Álvarez, M., y Garrido Samaniego, M. (2012). *Estilos de aprendizaje y personalidad: Factores explicativos del rendimiento académico*. Universidad de Valladolid, Facultad de CCEE y EE, Valladolid.

9. ANEXOS

ANEXO I: Cuestionario de la investigación

Cuestionario Trabajo Fin de Máster. Julia González

¡Hola chicas y chicos!

En este cuestionario os realizo una serie de preguntas sobre la utilización de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación, así como el uso de herramientas digitales, online, multimedia...etc.) en el ámbito educativo por parte del alumnado de Bachillerato del I.E.S La Merced.

Su finalidad es la realización de una pequeña investigación para mi Trabajo Fin de Master de la Universidad de Valladolid. Me encantaría que contestarais de manera anónima, voluntaria y con total sinceridad. Os agradezco mucho vuestra colaboración. Me acuerdo con mucho cariño de todos vosotros.

¡¡Un abrazo!!

Julia González

***Obligatorio**

1. Género

Selecciona todos los que correspondan.

Femenino

Masculino

2. Curso *

Marca solo un óvalo.

1ºBachillerato

2ºBachillerato

3. Dispongo de ordenador personal en casa *

Marca solo un óvalo.

Sí

No

4. Utilizo el ordenador personal en casa *

Teniendo en cuenta que 1 significa "en total desacuerdo" y 4 "en total acuerdo"

Marca solo un óvalo.

1

2

3

4

5. Utilizo el ordenador personal para mis estudios (realizar trabajos, estudiar, consultar dudas...) *

Teniendo en cuenta que 1 significa "en total desacuerdo" y 4 "en total acuerdo"

Marca solo un óvalo.

1

2

3

4

6. Dispongo de conexión a Internet en casa *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

7. Utilizo la conexión a Internet de manera habitual *

Teniendo en cuenta que 1 significa "en total desacuerdo" y 4 "en total acuerdo"
Marca solo un óvalo.

- 1
- 2
- 3
- 4

8. Dispongo de una tablet *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

9. Utilizo la tablet para mis estudios (realizar trabajos, estudiar, consultar dudas...) *

Teniendo en cuenta que 1 significa "en total desacuerdo" y 4 "en total acuerdo"
Marca solo un óvalo.

- 1
- 2
- 3
- 4

10. Dispongo de un smartphone *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

11. Normalmente utilizo el smartphone para mis estudios (realizar trabajos, estudiar, consultar dudas...) *

Teniendo en cuenta que 1 significa "en total desacuerdo" y 4 "en total acuerdo"
Marca solo un óvalo.

- 1
- 2
- 3
- 4

12. ¿Utilizas alguna aplicación (app) que te resulta útil para estudiar, realizar trabajos, consultar dudas de clase? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

13. Si tu respuesta en la anterior pregunta ha sido "Sí", ¿qué app's utilizas?

14. ¿Aproximadamente cuántas horas al día dedicas a las nuevas tecnologías? (smartphone, tablet, ordenador...)*

Marca solo un óvalo.

- Menos de 2 horas al día
- Entre 2 y 4 horas
- Más de 4 horas

15. De las horas que utilizas al día las nuevas tecnologías, ¿cuántas de ellas están dedicadas al estudio o a la realización de tareas? *

Marca solo un óvalo.

- Menos de 1 hora al día
- Entre 1 y 3 horas
- Más de 3 horas

16. Sé lo que es la plataforma Dropbox *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

17. Sé lo que es la plataforma Google Drive *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

18. Con frecuencia utilizo Dropbox o Google Drive para mis trabajos y estudios *

Teniendo en cuenta que 1 significa "en total desacuerdo" y 4 "en total acuerdo"

Marca solo un óvalo.

- 1
- 2
- 3
- 4

19. Considero que Dropbox o Google Drive son herramientas útiles en el entorno educativo *

Teniendo en cuenta que 1 significa "en total desacuerdo" y 4 "en total acuerdo"

Marca solo un óvalo.

- 1
- 2
- 3
- 4

20. Considero que Dropbox o Google Drive entorpecen el funcionamiento de las clases *

Teniendo en cuenta que 1 significa "en total desacuerdo" y 4 "en total acuerdo"
Marca solo un óvalo.

- 1
 2
 3
 4

21. La mayoría de los profesores/as utilizan el ordenador y proyector durante las clases *

Teniendo en cuenta que 1 significa "en total desacuerdo" y 4 "en total acuerdo"
Marca solo un óvalo.

- 1
 2
 3
 4

22. La mayoría de los profesores/as utilizan y favorecen el uso de recursos TIC en las clases *

Teniendo en cuenta que 1 significa "en total desacuerdo" y 4 "en total acuerdo"
Marca solo un óvalo.

- 1
 2
 3
 4

23. No me siento cómodo/a utilizando recursos TIC en clase, ya que prefiero métodos tradicionales como los libros de texto y explicaciones en la pizarra *

Teniendo en cuenta que 1 significa "en total desacuerdo" y 4 "en total acuerdo"
Marca solo un óvalo.

- 1
 2
 3
 4

24. ¿Con qué frecuencia tus profesores/as te piden que utilices las TIC (Internet, GoogleDocs, multimedia...) para realizar los trabajos de clase? *

Marca solo un óvalo.

- Nunca
 Algunas veces
 Frecuentemente
 Muy frecuentemente

25. El uso de las herramientas TIC me resulta útil para el aprendizaje de las asignaturas de Economía. *

Teniendo en cuenta que 1 significa "en total desacuerdo" y 4 "en total acuerdo"
Marca solo un óvalo.

- 1
 2
 3
 4

26. Me gustaría realizar más actividades en Economía a través de herramientas TIC como blogs, redes sociales o entornos web *

Teniendo en cuenta que 1 significa "en total desacuerdo" y 4 "en total acuerdo"
Marca solo un óvalo.

- 1
 2
 3
 4

27. El uso de vídeos en las clases de Economía me motiva... *

Marca solo un óvalo.

- Mucho
 Bastante
 Poco
 Nada

28. El uso de concursos y ejercicios online en las clases de Economía me motiva... *

Marca solo un óvalo.

- Mucho
 Bastante
 Poco
 Nada

29. A mí el uso de las herramientas TIC no me resulta útil para el aprendizaje de las asignaturas de Economía. *

Teniendo en cuenta que 1 significa "en total desacuerdo" y 4 "en total acuerdo"
Marca solo un óvalo.

- 1
 2
 3
 4

30. Creo que aprendo más utilizando los recursos TIC's que los recursos tradicionales (libros de texto, pizarra tradicional...) en las asignaturas de Economía *

Teniendo en cuenta que 1 significa "en total desacuerdo" y 4 "en total acuerdo"
Marca solo un óvalo.

- 1
 2
 3
 4

31. Creo que estudiar asignaturas con recursos TIC's resulta más divertido y me cuesta menos *

Teniendo en cuenta que 1 significa "en total desacuerdo" y 4 "en total acuerdo"
Marca solo un óvalo.

- 1
 2
 3
 4

32. Estoy más interesado/a por aquellas asignaturas en las que se utilizan recursos TIC *

Teniendo en cuenta que 1 significa "en total desacuerdo" y 4 "en total acuerdo"
Marca solo un óvalo.

- 1
 2
 3
 4

33. Suelo obtener mejores resultados en los exámenes de las asignaturas en las que se utilizan las TIC como recurso *

Teniendo en cuenta que 1 significa "en total desacuerdo" y 4 "en total acuerdo"
Marca solo un óvalo.

- 1
 2
 3
 4

34. Conozco las redes sociales más comunes *

Teniendo en cuenta que 1 significa "en total desacuerdo" y 4 "en total acuerdo"
Marca solo un óvalo.

- 1
 2
 3
 4

35. Dispongo de cuenta en alguna red social *

Teniendo en cuenta que 1 significa "en total desacuerdo" y 4 "en total acuerdo"
Marca solo un óvalo.

- 1
 2
 3
 4

36. Dispongo de cuenta en 3 o más redes sociales *

Teniendo en cuenta que 1 significa "en total desacuerdo" y 4 "en total acuerdo"
Marca solo un óvalo.

- 1
 2
 3
 4

37. Habitualmente utilizo las redes sociales para comunicarme con mis compañeros de clase *

Teniendo en cuenta que 1 significa "en total desacuerdo" y 4 "en total acuerdo"
Marca solo un óvalo.

- 1
 2
 3
 4

38. Habitualmente utilizo las redes sociales para preguntar dudas y compartir información con mis compañeros de clase *

Teniendo en cuenta que 1 significa "en total desacuerdo" y 4 "en total acuerdo"

Marca solo un óvalo.

- 1
- 2
- 3
- 4

Con la tecnología de

**ANEXO II: Justificación legal de la Unidad Didáctica. Leyes estatales y autonómicas vigentes.**

- *Constitución Española. Boletín Oficial del Estado, núm. 311, de 29 de diciembre de 1978.*
- *Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, en la redacción dada por la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la Mejora de la Calidad Educativa. Boletín Oficial del Estado, núm. 295, de 10 de diciembre de 2013.*
- *Real Decreto-ley 5/2016, de 9 de diciembre, de medidas urgentes para la ampliación del calendario de implantación de la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa. Boletín Oficial del Estado, núm. 298, de 10 de diciembre de 2016.*
- *Real Decreto 1105/2014, de 26 de diciembre, por el que se establece el currículo básico de la Educación Secundaria Obligatoria y del Bachillerato. Boletín Oficial del Estado, núm. 3, de 3 de enero de 2015.*
- *Real Decreto 310/2016, de 29 de julio, por el que se regulan las evaluaciones finales de Educación Secundaria Obligatoria y de Bachillerato. Boletín Oficial del Estado, núm. 183, de 30 de julio de 2016.*
- *Decreto 23/2014, de 12 de junio, por el que se establece el marco del gobierno y autonomía de los centros docentes, sostenidos con fondos públicos, que imparten*

enseñanzas no universitarias en la Comunidad de Castilla y León. Boletín Oficial de Castilla y León, núm. 112, de 13 de Junio de 2014.

· Orden EDU/1152/2010, de 3 de agosto, por la que se regula la respuesta educativa al alumnado con necesidad específica de apoyo educativo escolarizado en el segundo ciclo de Educación Infantil, Educación Primaria, Educación Secundaria Obligatoria, Bachillerato y Enseñanzas de Educación Especial, en los centros docentes de la Comunidad de Castilla y León. Boletín Oficial de Castilla y León, núm. 156, de 13 de agosto de 2010.

· Resolución de 30 de agosto de 2013, de la Dirección General de Política Educativa Escolar, por la que se dispone la publicación de la Instrucción de 30 de agosto de 2013 de esta Dirección General por la que se establecen orientaciones pedagógicas y se determinan las actuaciones, dirigidas a fomentar la cultura emprendedora, que los centros sostenidos con fondos públicos en la Comunidad de Castilla y León que impartan educación primaria, educación secundaria obligatoria y bachillerato deberán realizar a partir del curso 2013-14. Boletín Oficial de Castilla y León, núm. 175, de 11 de septiembre de 2013.

· Orden EDU/363/2015, de 4 de mayo, por la que se establece el currículo y se regula la implantación, evaluación y desarrollo del bachillerato en la Comunidad de Castilla y León. Boletín Oficial de Castilla y León, núm. 86, de 8 de mayo de 2015.

· Orden EDU/351/2016, de 25 de abril, por la que se modifica la Orden EDU/747/2014, de 22 de agosto, por la que se regula la elaboración y ejecución de los planes de lectura de los centros docentes de la Comunidad de Castilla y León. Boletín Oficial de Castilla y León, núm. 85, de 5 de mayo de 2016.

· Orden ECD/65/2015, de 21 de enero, por la que se describen las relaciones entre las competencias, los contenidos y los criterios de evaluación de la educación primaria, la educación secundaria obligatoria y el bachillerato. Boletín Oficial del Estado, núm. 25, de 29 de enero de 2015.

ANEXO III: Objetivos específicos de la asignatura de Economía de la Empresa.

1. Identificar la naturaleza, funciones y principales características de los diferentes tipos de empresas, analizando su forma de organización, sus áreas de actividad y las interrelaciones que existen entre ellas.
2. Apreciar el papel de las empresas, especialmente el de una pequeña y mediana empresa, en la satisfacción de las necesidades de los consumidores y en el aumento de la calidad de vida de las personas y del bienestar de la sociedad así como elaborar juicios o criterios personales sobre sus disfunciones.
3. Valorar críticamente las posibles consecuencias sociales y medioambientales de la actividad empresarial, así como su implicación en el agotamiento de los recursos naturales y la incidencia de las medidas reguladoras introducidas por la legislación, señalando su repercusión en la calidad de vida de las personas.
4. Reconocer la importancia que para las empresas y la sociedad tienen la investigación, las innovaciones tecnológicas, la implantación generalizada de las tecnologías de la información y la comunicación, y la globalización económica en relación con la competitividad, el crecimiento y la localización empresarial.
5. Conocer la realidad económica y financiera de las empresas en el ámbito de la Comunidad de Castilla y León, y especialmente el papel que éstas desempeñan como factor de desarrollo regional.
6. Analizar la actividad económica de las empresas, en especial las del entorno inmediato, a partir de la función específica de cada una de sus áreas organizativas, sus relaciones internas y su dependencia externa.
7. Analizar el funcionamiento de organizaciones y grupos en relación con la aparición y resolución de conflictos.
8. Identificar las políticas de marketing de diferentes empresas en función de los mercados a los que dirigen sus productos.
9. Obtener, seleccionar e interpretar información sobre los aspectos socioeconómicos y financieros que afectan a la empresa, tratarla de forma autónoma, utilizando, en su caso, medios informáticos, y aplicarla a la toma de decisiones empresariales.

10. Interpretar, de modo general, los estados de las cuentas anuales de empresas, identificando sus posibles desequilibrios económicos y financieros, así como proponer y evaluar medidas correctoras.
11. Diseñar y elaborar proyectos sencillos de empresa con creatividad e iniciativa, proponiendo los diversos recursos y elementos necesarios para organizar y gestionar su desarrollo.
12. Afianzar el espíritu emprendedor a través del conocimiento de las cualidades emprendedoras y de la actitud ante el cambio.

ANEXO IV : Prueba final de la unidad didáctica: La función comercial.

EXAMEN DE ECONOMÍA DE LA EMPRESA 2º DE BACHILLERATO. Unidad didáctica: La función comercial.

Fecha:

Alumno/a:

PRIMERA PARTE: El test se valorará del siguiente modo:

- Cada pregunta acertada añade un punto
- Cada pregunta no acertada resta 0,5 puntos
- Las preguntas en blanco no puntúan

La suma total se dividirá entre 16 y se multiplicará por 4, dando como resultado la nota de la primera parte.

SEGUNDA PARTE: El tema se corregirá valorando cada epígrafe por un máximo de 3 puntos.

TERCERA PARTE: El comentario de texto se valorarán aplicando los mismos criterios que en la segunda parte.

1ª PARTE – PREGUNTAS DE TEST

1 .En un museo se ha realizado un estudio para averiguar qué salas eran las más visitadas. Se realizó una entrevista a los visitantes que salían del museo preguntándoles qué sala les había impactado más. La técnica de recogida de información empleada es:

- a.- La observación
- b.- La entrevista en profundidad
- c.- Ninguna de las opciones anteriores es correcta

2 Los estilos de vida se utilizan como variable en los criterios generales de segmentación:

- a.- Demográficos
- b- Geográficos
- c.- Ninguna de las anteriores es cierta

3.- Si una empresa cuando introduce un nuevo producto en el mercado decide comenzar con un precio más alto de lo normal, está aplicando:

- a.- Una estrategia de descremación
- b.- Una estrategia de precios de penetración
- c.- Ninguna de las anteriores es cierta

4.- Las variables de marketing-mix son:

- a.- Publicidad, Promoción y Distribución

- b.- Producto, Precio, Promoción y Distribución
 - c.- Investigación y Segmentación de mercados
- 5.- Una patente se puede definir como:
- a.- Derecho de explotación en exclusiva de una fórmula o técnica de producción concedido a su propietario.
 - b.- Derecho a usar una marca en exclusiva.
 - c.- Las dos anteriores son ciertas.
- 6.-: Introducción, crecimiento, madurez y declive, hacen referencia a:
- a.- La amortización de los bienes del inmovilizado material de la empresa.
 - b.- El ciclo de vida de los productos.
 - c.- Fases de una investigación de mercados
- 7.-: La promoción de ventas tiene como objetivo:
- a.- Crear un clima de confianza entre los consumidores.
 - b.- Es una estrategia de promoción.
 - c.- Es una estrategia de distribución
- 8.-: En la etapa de declive en el ciclo de vida de un producto:
- a.- El producto se vuelve más competitivo.
 - b.- Las ventas se estabilizan.
 - c.- Se reducen los beneficios.
- 9.- La segmentación de mercados consiste en:
- a.- Dividir a los clientes en grupos de necesidades homogéneas.
 - b.- Dividir el mercado por sectores de actividad.
 - c.- Repartir el mercado entre las empresas competidoras.
- 10.- El grafismo empleado para distinguir un producto se denomina:
- a.- Marca.
 - b.- Nombre.
 - c.- Logotipo.
11. La estrategia de branding corresponde
- a. Política de precios
 - b. Política de producto
 - c. Política de promoción
12. Modificar la gama de productos corresponde a:
- a. Estrategia de producto
 - b. Marketing operativo
 - c. Todas las anteriores son ciertas
13. El Servicio postventa
- a. Pertenece a la definición de beneficio central del producto.
 - b. Pertenece a la política de producto
 - c. Las dos anteriores son ciertas
14. Coca Cola (sabor tradicional, con azúcar y cafeína) utiliza una estrategia de:
- a. Marketing Concentrado
 - b. Marketing Diferenciado
 - c. Marketing Indiferenciado
- 15 El panel Nielsen
- a. Es una técnica de observación
 - b. Se utiliza en las investigaciones de mercado
 - c. Se utiliza en la segmentación de mercados.

16. En un monopolio
- La demanda potencial es del 100%
 - La cuota de mercado es del 100%
 - Las dos anteriores son ciertas.

2ª PARTE – TEMA A DESARROLLAR

El Marketing Mix: La política de comunicación en la empresa.

3ª PARTE –COMENTARIO DE TEXTO

Cobayas en el hipermercado

Aunque los hábitos de consumo hayan cambiado durante la crisis, lo cierto es que, en gran parte, continuamos siendo teledirigidos

Diario de Sevilla 30.03.2017

TODOS hemos visto en alguna ocasión, bien sea en la tele o de chavales, en clase de biología, cómo se comportan los ratones, las cobayas, en esas cajas segmentadas por vericuetos y pasadizos y cómo, con un trozo de queso al final del camino de reclamo, avanzan y retroceden por donde nosotros queremos para al final alcanzar la recompensa. Nos sonreímos y pensamos: "Pobres diablos, hacen lo que nos da la gana". Es muy probable que esa misma actitud indolente sea la que -ocultos tras alguna ventanilla tintada- adopten algunos directivos de supermercados o de grandes superficies cuando nos vean corretear entre los pasillos con nuestros carritos de compra a medio llenar. Es posible incluso que, entre risotadas, apuesten sobre la dirección a tomar: "La rubia gira a la derecha: perfumería; y el gordete sigue hacia embutidos: van cien euros". Porque, aunque los hábitos de consumo hayan cambiado durante la crisis (más marcas blancas; más consumo de alcohol y café en casa... con el chandón) lo cierto es que, en gran parte, continuamos siendo teledirigidos, sin que nos apercibamos de ello. Un reciente estudio de la consultora Nielsen - una de las referencias en el sector- así lo demuestra.

Según la empresa norteamericana, el uso de los folletos publicitarios es la primera herramienta clave para captar al cliente, ya que más de una tercera parte de los potenciales consumidores son muy sensibles a ellos y los estudian al detalle. Y una de las estrategias más usadas es la de ofertar una serie puntual y limitada de productos a precios muy baratos, rozando el dumping, para atraer al público al establecimiento comercial, conscientes de que, una vez allí, la tentación permanente hará el resto. La gran mayoría de los clientes -el 90%- es extremadamente sensible al precio; de ellos, el 27% ha cambiado a las llamadas marcas blancas. Pero no únicamente los precios determinan nuestro comportamiento: la gran distribución ha variado otras estrategias, como la ubicación de los productos en los lineales o la música que nos adormece mientras decidimos entre cien clases de yogures. Como los productos frescos -en estos tiempos biosaludables- siguen al alza, cada vez más se colocan al final de las instalaciones, para que el comprador tenga que recorrer pasillos y pasillos repletos de incitaciones. Y como la crisis ha obligado a los nativos a permanecer más en el hogar, las ventas de cervezas y vino -siempre en stands ubicados cerca de la caja, para que el carro no se llene y pese antes de tiempo- ha aumentado el 5%. Por último, el producto estrella del momento, con un incremento en las ventas de un 25% anual, es el café en cápsulas. *What else?*, que diría el canoso guapetón.

CONTESTE A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS:

- Defina los siguientes conceptos: marcas blancas, dumping, producto estrella (ubíquelo en la matriz BCG).
- Dentro de los enfoques de marketing (o función comercial) a lo largo de la historia, cuál de ellos cuadraría más con el contenido del artículo. ¿A qué se refiere con sensibilidad al precio, con qué otro término se conoce? ¿Podrías enumerar las estrategias de marketing que

aparecen el texto y clasificarlas dentro de cada una de las cuatro P's del Marketing.
c.- El ciclo de vida del producto.

ANEXO V: Enlaces disponibles a los diferentes enclaves web o aplicaciones de la clasificación de recursos TIC aplicables en las aulas de Economía.

1. Búsqueda y obtención de información
 - **Google Académico (Google Scholar):** (<https://scholar.google.es/>)
 - **Khan Academy:** (<https://es.khanacademy.org/>)
 - **Open Learn:** (<http://www.open.edu/openlearn/>)
 - **Wikipedia:** (<https://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Portada>)
 - **WebEconomía:** (<http://www.webeconomia.com/copia/>)
 - **EduCaixa:** (<https://www.educaixa.com/>)
 - **EcoBachillerato:** (<http://www.ecobachillerato.com/>)
2. Organización y disposición de materiales para clase
 - **Google Drive:** (https://www.google.com/intl/es_ALL/drive/)
 - **Google Calendar:** (<https://calendar.google.com/calendar/r>)
 - **Dropbox:** (https://www.dropbox.com/es_ES/)
 - **Edmodo:** (<https://www.edmodo.com/?language=es>)
3. Realización de presentaciones vídeo/audio y recursos gratuitos.
 - **Prezi:** (<https://prezi.com/login/>)
 - **Slideshare:** (<https://es.slideshare.net/>)
 - **Flickr:** (<https://www.flickr.com/>)
 - **Glogster:** (<http://edu.glogster.com/>)
 - **Audacity:** (<https://www.audacityteam.org/>)
 - **Pixabay:** (<https://pixabay.com/es/>)
 - **Movenote:** (https://play.google.com/store/apps/details?id=com.movenote&hl=es_419)
 - **Piktochart:** (<https://piktochart.com/>)
4. Espacios/web para crear contenido y compartir información:
 - **Google Sites:** (<https://gsuite.google.es/intl/es/products/sites/>)
 - **Wordpress:** (<https://es.wordpress.com/>)
 - **Blogger:** (<https://www.blogger.com/blogger.g#welcome>)
 - **Wikispaces:** (<https://www.wikispaces.com/>)
5. Organizadores gráficos/realización de mapas conceptuales:
 - **Xmind:** (<https://www.xmind.net/>)
 - **Mindomo:** (<https://www.mindomo.com/es/>)
 - **Freemind:** (<https://freemind.softonic.com/mac>)
 - **Bubbl.us:** (<https://bubbl.us/>)

- **Quizbox:** (<https://lignux.com/quizbox-creamos-cuestionarios/>)
- **Wordle:** (<http://www.wordle.net/>)
- **CmpaTools:** (<https://cmaptools.softonic.com/mac>)
- **Daum Equation:** (<https://chrome.google.com/webstore/detail/daum-equation-editor/dinfmiceliiomokeofbocegmacmagjhe?hl=es-419>)
- **MyScript Calculator 2:** (<https://www.myscript.com/calculator/>)

6. Redes sociales:

- **Facebook:** (<https://www.facebook.com/>)
- **Twitter:** (<https://twitter.com/?lang=es>)
- **Instagram:** (<https://www.instagram.com/?hl=es>)

7. Multimedia:

- **TED:** (<https://www.ted.com/>)
- **YouTube:** (<https://www.youtube.com/?hl=es&gl=ES>)
- **YouTube Edu:**
(<https://www.youtube.com/channel/UCSSlekSYRoyQo8uQGHvq4qQ>)
- **TeacherTube:** (<https://www.teachertube.com/>)
- **HelloMind:** (<https://www.hellomind.com/>)

8. Realización de actividades interactivas o virtuales:

- **Socrative:** (<https://www.socrative.com/>)
- **Constructor 2.0:** ([https:// \(constructor.educarex.es/\)](https://constructor.educarex.es/))
- **HotPotatoes:** (<https://hotpot.uvic.ca/>)
- **Random Name Picker:** (<https://www.classtools.net/random-name-picker/>)

La función comercial de la empresa (1ª Parte)

1. La segmentación del mercado puede realizarse según criterios:
 - A Patrimoniales
 - B Demográficos
 - C Financieros

2. La estrategia de diversificación consiste en:
 - A Introducir nuevos productos en nuevos mercados
 - B Aumentar la participación en el mercado actual con los productos actuales
 - C Ofrecer nuevos productos en mercados actuales

3. La división de clientes en grupos de necesidades homogéneas se denomina:
 - A Organización matricial
 - B Organización funcional
 - C Segmentación de mercado

4. Señale cuál de las siguientes características puede ser considerada un criterio de segmentación de mercados:
 - A La publicidad realizada
 - B El lugar de residencia
 - C Las dos características anteriores pueden considerarse criterios de segmentación de mercados

5. Si una academia de inglés estima que el número máximo de alumnos que puede tener es de 720, esa cifra se denomina:
 - A Elasticidad de demanda
 - B Demanda potencial
 - C Cuota de mercado

6. La observación es una fuente de información:
 - A Primaria
 - B Secundaria
 - C En ningún caso puede considerarse que la observación sea una fuente de información

7. La investigación de mercados es una función perteneciente al subsistema:
 - A De recursos humanos
 - B Financiero
 - C Comercial

8. La segmentación de mercados se realiza teniendo en cuenta:
 - A Variables demográficas, socioeconómicas y geográficas
 - B Solo variables geográficas
 - C Ninguna de las anteriores es cierta


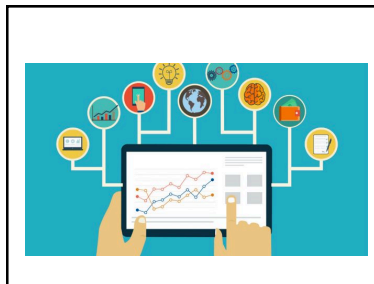
9. El mercado potencial de una empresa está formado por:
 - A Todos los consumidores actuales de un producto:
 - B Sólo por los consumidores futuros de un producto
 - C Los consumidores actuales y los que pueden llegar a serlo con una política de marketing adecuada.

10. Según el número de oferentes y demandantes los mercados se clasifican en:
 - A Monopolio, oligopolio y competencia perfecta
 - B Libres e intervenidos
 - C De bienes de consumo e industriales

ANEXO VII: Presentación de Power Point de la primera parte de la Unidad didáctica: La función comercial.

Tema 6

LA FUNCIÓN COMERCIAL

LA FUNCIÓN COMERCIAL

1. EL MERCADO, CONCEPTO Y CLASES.
2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR Y SEGMENTACIÓN DE MERCADOS.
3. EL PLAN DE MARKETING.
4. EL MARKETING MIX.

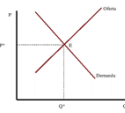
1. EL MERCADO, CONCEPTO Y CLASES.

- 1.1 Definición de mercado según el marketing.
- 1.2 Clases de mercado.
- 1.3 Demanda de mercado y cuota de mercado.

Definición de MERCADO


En Economía

Punto de encuentro de la oferta y la demanda.



En el Mk

Conjunto de consumidores que comparten una misma necesidad, que están dispuestos a satisfacerla y que tienen capacidad económica para ello.



Clases de mercado

- Según el grado de competencia.
- Según los bienes que se intercambian.
- Según el grado de intervención.
- Según las posibilidades de expansión.
- Según la clase de demanda.

Mercados según el grado de competencia

	Competencia perfecta	Competencia monopolística	Oligopolio	Monopolio
Ofertantes	Muchos	Muchos	Pocos (pueden competir (rivalidad) o cooperar)	Uno (casi de mercado 100%)
Bareras	Libertad de entrada y salida	Libertad de entrada y salida	Fuertes barreras de entrada y salida	Fuertes barreras de entrada y salida
Producto	Homogéneo	Heterogéneo	Suele ser Homogéneo	Solo hay un producto
Grado Competencia	Competencia total	Fuerte competencia	Muchas competencias (rivalidad) o poca (cooperación)	No hay competencia
Influencia en el precio del fabricante	Las empresas no influyen en el precio	Cuanto más difieren el producto más posibilidad de influir en el precio	Pueden influir en el precio si cooperan	La empresa decide el precio y la cantidad
Ejemplos	Productos agrícolas, sal, torres de peaje	Electrodomésticos, peluquerías	Telefonía (rivalidad) Gasolineras (cooperación)	Agua, autobús urbano, RENFE.

La competencia importa

- <https://www.youtube.com/watch?v=S331j1qFipw&t=4s>
- <https://www.youtube.com/watch?v=OjHqH8hdDXU&t=2794s>

Coca cola/ Pepsi (min 43)



Mercados según el grado de intervención del estado en ellos.

Mercados libres:  Mercados intervenidos: 

Mercados según las posibilidades de expansión del mercado.

- Mercado actual /total
- Mercado potencial

NETFLIX

- Mercado tendencial

Mercados según la clase de demanda.

- De consumo   
- Industriales u organizacionales

LA DEMANDA DE MERCADO

- **Demanda real:** Ventas generados en un año (en € o en uds)
- **Demanda Potencial:** Volumen máximo de ventas que se podría obtener en un momento determinado.
- **Demanda Futura:** Demanda real dentro de un año en un mercado determinado.

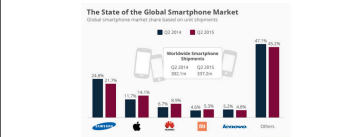


La cuota de mercado

Es la parte de ventas que le corresponde a una empresa del total(%)

$$\text{Cuota de mercado} = \frac{\text{Ventas de la empresa}}{\text{Ventas totales del mercado}} \times 100$$

The State of the Global Smartphone Market



Ejercicio

Calcula la cuota de mercado de Samsung en el mercado de las tablets si ha tenido una cifra de ventas de 14,5 millones de unidades y la facturación de Endesa si su cuota de mercado es del 40,1%.

- Ventas de tablets en el mundo en 2013: 217 millones de unidades.
- Facturación empresas eléctricas en España 2013: 31.000 millones de euros.

CUOTA DE MERCADO

1. En toda Benalmádena se vendieron 1.685 sombreros durante el mes de Agosto. La cuota de mercado en ese mes de la empresa CONFORT S.A. fue del 20%. Se pide:

- ¿Cuántos sombreros vendió CONFORT S.A. en Agosto?
- Si la curva de demanda global de sombreros en Benalmádena responde a la función:

$$q = \frac{32.500}{p}$$
 ¿A qué precio se venden los sombreros en Benalmádena?