



Universidad de Valladolid

**Aprendizaje basado en
proyectos: Una aplicación al
diseño de un plan de empresa
en segundo de bachillerato**

Ana Román Santos

Trabajo Fin de Máster

Master en Profesor de Educación Secundaria
Obligatoria y Bachillerato, Formación
Profesional y Enseñanzas de Idiomas.
Especialidad: Economía.

Tutora: María del Pilar Pérez González

Valladolid, 20 de julio de 2023.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
2. CONTEXTUALIZACIÓN.....	5
3. JUSTIFICACIÓN LEGAL.....	9
4. PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA	10
4.1. Objetivos de etapa y características de la materia.....	10
4.2. Competencias clave y competencias específicas. Descriptores operativos.	12
4.3. Criterios de evaluación e indicadores de logro	17
4.4. Contenidos carácter transversal que se trabajarán desde la materia.....	23
4.5. Contenidos	24
4.6. Temporalización	26
4.7. Metodología	29
4.8. Recursos y materiales	34
4.9. Evaluación del proceso de aprendizaje del alumnado	36
4.10. Atención a las diferencias individuales del alumnado	37
4.11. Plan de lectura	38
5. APRENDIZAJE BASADO EN PROYECTOS.....	41
6. PROYECTO: PLAN DE EMPRESA.....	45
6.1. Situaciones de aprendizaje.....	49
6.1.1. Primera situación de aprendizaje: ¿Qué tienen en común la literatura y el marketing?	50
6.1.2. Segunda situación de aprendizaje: ¿Cómo ser expertos en marketing digital gracias a Google?	59
6.1.3. Tercera situación de aprendizaje: Construcción de una cesta con finalidad solidaria, productos locales y sostenibles.	69
6.2. Actividades	78
6.2.1. Actividad 1: Planteamiento del proyecto.....	78
6.2.2. Actividad 2: Construimos un DAFO personal y elegimos al mejor candidato.....	81
6.2.3. Actividad 3: Creación de examen cooperativo: Banco de preguntas Kahoot sobre el plan económico financiero de la empresa.	82
7. CONCLUSIONES	85
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	87
ANEXO I.....	93
ANEXO II.....	97
ANEXO III.....	98
ANEXO IV.....	100

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	13
Tabla 2.....	15
Tabla 3.....	16
Tabla 4.....	17
Tabla 5.....	18
Tabla 6.....	19
Tabla 7.....	20
Tabla 8.....	21
Tabla 9.....	24
Tabla 10.....	26
Tabla 11.....	26
Tabla 12.....	27
Tabla 13.....	29
Tabla 14.....	44
Tabla 15.....	47
Tabla 16.....	51
Tabla 17.....	55
Tabla 18.....	58
Tabla 19.....	58
Tabla 20.....	60
Tabla 21.....	63
Tabla 22.....	66
Tabla 23.....	68
Tabla 24.....	70
Tabla 25.....	75
Tabla 26.....	76
Tabla 27.....	78

INDICE DE FIGURAS

Figura 1.	7
Figura 2.	8
Figura 3.	9
Figura 4.	41
Figura 5.	46
Figura 6.	54
Figura 7.	54
Figura 8.	62
Figura 9.	63
Figura 10.	64
Figura 11.	66
Figura 12.	67
Figura 13.	67
Figura 14.	73
Figura 15.	74
Figura 16.	77
Figura 17.	79
Figura 18.	83
Figura 19.	83

1. INTRODUCCIÓN

El objeto del trabajo que se muestra a continuación es mostrar una perspectiva innovadora del proceso de enseñanza-aprendizaje de la materia de segundo de bachillerato Fundamentos de Administración y Gestión. Esto se hará a través de la metodología del aprendizaje basado en proyectos (ABP), por lo que será el esqueleto a través del cual se vertebrará este trabajo.

La estructura del trabajo de fin de máster que se desarrolla a continuación se enmarca en varias partes diferenciadas. En primer lugar, se plantea una programación didáctica, por lo que se comenzará por poner en contexto el centro y el marco legislativo que rige la misma dado por la LOMLOE, siguiendo por el Decreto 40/2022 en su aplicación a la normativa autonómica.

En segundo lugar, como eje principal del trabajo, y siguiendo la sugerencia del BOCYL de la creación de un plan de empresa en esta materia cuando indica que “se aconseja la realización de un proyecto empresarial en equipo, en el que los alumnos trabajen de forma colaborativa, y de este modo aprendan a reunirse trabajando en cooperación y con la voluntad para alcanzar un objetivo común”, se llevará a cabo el plan de empresa desarrollado como parte de la impartición de las unidades didácticas de la materia.

A pesar de que el mencionado plan se puede llevar a cabo de múltiples formas, la metodología elegida será la del aprendizaje basado en proyectos. Esta propuesta metodológica ha sido elegida por la naturaleza del desarrollo de ambos en sus fases de aplicación y en sus características al ser estas muy similares. Las fases necesarias para implementar el aprendizaje basado en proyectos pueden integrarse y llevarse a cabo simultáneamente en el proceso de desarrollo de un plan de empresa.

En el aprendizaje basado en proyectos, los estudiantes trabajan en proyectos que abordan problemas o desafíos del mundo real. De manera similar, al desarrollar un plan de empresa, se busca identificar oportunidades de negocio y resolver problemas reales relacionados con la creación y gestión de una empresa. En ambos casos, se requiere una investigación y recopilación de información para conocer el contexto, definir estrategias y establecer objetivos.

Asimismo, en el aprendizaje basado en proyectos los estudiantes suelen trabajar en equipos colaborativos, lo que fomenta el trabajo en grupo y la distribución de tareas. Del mismo modo, el desarrollo del plan de empresa se ha planteado en agrupaciones

de cuatro estudiantes como una forma de aprendizaje cooperativo que permita compartir conocimientos y generar ideas de manera conjunta.

Las fases del aprendizaje basado en proyectos se integrarán y simultanearán en el proceso de desarrollo del plan de empresa, utilizando las unidades didácticas de la materia (en su aplicación en tareas de situaciones de aprendizaje y actividades que se propondrán a lo largo del trabajo) como guía para abordar los diferentes aspectos del mismo.

En conclusión, esta propuesta metodológica ha buscado combinar los objetivos de la LOMLOE en los ámbitos personal y profesional dentro de la perspectiva empresarial de la materia junto con las fases de implementación y desarrollo del aprendizaje basado en proyectos. Se integra en una programación didáctica de la materia correspondiente que establecerá las bases y el marco general de actuación para la enseñanza y el aprendizaje de los alumnos a lo largo del curso. Para llevar a cabo la segunda parte del trabajo, se ha planteado una variedad de actividades independientes y tareas incluidas en situaciones de aprendizaje que también han tenido en cuenta la transversalidad de los contenidos propuestos. Con esta integración, se ha buscado proporcionar a los estudiantes una experiencia educativa significativa y aplicable a la vida real, que les brindará la oportunidad de desarrollar las competencias que potenciarán sus habilidades empresariales.

2. CONTEXTUALIZACIÓN

El centro que contextualizará este trabajo es el IES María Moliner. Este instituto es de titularidad pública y dependiente de la Junta de Castilla y León. Se encuentra situado en la localidad de Laguna de Duero, en la provincia de Valladolid y oferta las enseñanzas de ESO, bachillerato, y ciclos formativos, albergando aproximadamente seiscientos alumnos.

Laguna de Duero pertenece a la mancomunidad "Tierras de Valladolid" junto con los municipios: Arroyo de la Encomienda, Boecillo, Cabezón de Pisuerga, La Cistérniga, Laguna de Duero, Renedo de Esgueva, Santovenia de Pisuerga, Simancas, Valladolid y Viana de Cega. Quizá por la proximidad a la capital, la localidad ha aumentado en número de habitantes considerablemente en los últimos años. En un principio, sus habitantes eran, sobre todo, trabajadores de las industrias de los polígonos industriales cercanos al pueblo. Actualmente se encuentran todo tipo de personas, sobre todo

parejas jóvenes y que se han asentado en las nuevas zonas construidas en los alrededores atraídos por la cercanía a Valladolid y el menor coste de la vivienda.

El IES María Moliner junto con el IES Las Salinas, conforman la oferta educativa de la localidad de Laguna de Duero. Mientras que el primero se considera más familiar, el segundo es el instituto de referencia del pueblo por su mayor tamaño y mayor oferta educativa en, por ejemplo, modalidades de formación profesional o número de optativas en ESO.

Figura 1.

Localización del centro educativo de referencia de la unidad didáctica.



Nota. Imagen tomada de Google imágenes.

El edificio se encuentra al lado del colegio público La Laguna, de donde proceden la mayoría de estudiantes que terminan la enseñanza de educación primaria. La manzana conformada por ambos edificios se encuentra delimitada por las calles Bernesga, Carrión, Avenida la Laguna (donde se concentra el punto de entrada y salida de los alumnos) y la calle Tormes, donde se encuentra la entrada principal y fachada del centro.

Por otro lado, el IES María Moliner es un centro de tamaño no muy grande, pero equipado con todo lo necesario. Tiene aulas especiales destinadas a diferentes disciplinas, un amplio patio y aulas para albergar todas las necesidades de los tres niveles educativos (ESO, bachillerato y ciclos formativos) que oferta y cuya disposición se puede observar en la Figura 2. El instituto posee dos plantas, de las cuales las zonas 1 y 3 están dedicadas a aulas de ESO y bachillerato, la 4 a ciclos formativos y la 2 a otras necesidades como secretaría, jefatura de estudios o sala de profesores.

Figura 2.

Distribución de edificios del centro por zonas.



Nota. Imagen tomada de Google Maps.

Entre los recursos materiales e infraestructuras del centro destacan:

- Treinta y una aulas ordinarias (cuatro de ellas son prefabricadas y se destinan a ciclos formativos de grado medio) en las que se imparte docencia presencial.
- Dos aulas de música con dotación de instrumentos diversos.
- Dos aulas de plástica.
- Dos aulas-taller de tecnología, con mesas de trabajo y ordenadores en red.
- Aula de domótica y automatismos y aula de Instalaciones de baja tensión (destinadas a los alumnos de ciclos formativos de grado medio - instalaciones eléctricas y automáticas).
- Dos aulas de informática con instalación en red y acceso a internet.
- Laboratorios de biología y geología, y otro de física y química que pueden ser utilizados como aulas.
- Pabellón polideportivo y pista de deportes.
- Biblioteca desmontada para dar clases y desdobles.

Por último, en el organigrama del centro, recogido en la Figura 3, se pueden observar gráficamente los órganos unipersonales y colegiados que conforman el mismo.

Figura 3.

Organigrama del centro.



Nota. Elaborado a partir de información de la web del centro educativo.

Los alumnos del centro responden al perfil mayoritario de los jóvenes adolescentes (de 12 a 18 años) en la actualidad: altamente digitalizados, preocupados por la imagen corporal y el estatus social (influenciados en gran medida por el grupo de amigos), con escaso interés por la lectura (y mayor interés en las nuevas tecnologías, las RRSS y las nuevas experiencias propias de su edad), pero también en muchos casos con expectativas de futuro que hacen que tengan un alto compromiso y buen rendimiento en sus responsabilidades como estudiantes.

Asimismo, hay variedad de niveles competenciales en todas las aulas, ya que en ellas confluyen alumnos con dificultades con el idioma por su carácter extranjero, alumnos con minusvalías físicas, y alumnos con dificultades de aprendizaje, con alumnos con un rendimiento bueno o excelente, es decir, existe una gran pluralidad y una amplia amalgama de particularidades entre alumnos y aulas. No obstante, el Plan de Atención a la Diversidad del centro abarca todas estas características especiales con medidas entre las que se contemplan el plan de refuerzo o el plan de diversificación

curricular, también llamado programa de mejora del aprendizaje y el rendimiento (PMAR).

Por otro lado, uno de los problemas más significativos que se dan en el centro y que se aborda de manera constante, es el absentismo. Este se da, sobre todo, entre los alumnos más desmotivados, más influenciados por entornos negativos y con escasa implicación por parte de las familias en la educación de sus hijos. El centro, y en particular los profesores, están diariamente implicados en paliar dicha problemática, no obstante, cuando se cronifica, es preciso trasladar el aviso a la dirección del centro y éste lo comunica a la administración educativa superior correspondiente.

Por último, cabe destacar cómo condiciona el contexto familiar del alumnado la realidad de los centros. El nivel formativo de las familias de los alumnos es muy variado, oscilando entre las que poseen estudios universitarios o secundarios y las que no tienen formación académica reglada (grupo integrado mayoritariamente por familias inmigrantes que poseen en muchos casos cualidades particulares). Estas diferencias formativas se manifiestan en la clase social de cada grupo de convivencia, encontrándose más habitual la pertenencia de las familias a las clases media y media-baja.

En definitiva, pese a la amplísima diversidad de contextos y dificultades, existe también un alto número de alumnos que logran concluir su etapa educativa en el centro (mayoritariamente ESO y minoritariamente bachillerato) y superar con éxito sus estudios posteriores, normalmente ciclos de grado medio o superior y en menor medida estudios universitarios.

3. JUSTIFICACIÓN LEGAL

La unidad didáctica desarrollada en este trabajo está fundamentada en la Ley Orgánica 2/2006 del 3 de mayo de Educación modificada por la Ley Orgánica del 29 de diciembre (por la que se modifica la anteriormente citada Ley Orgánica 2/2006 de 3 de mayo) de Educación (LOMLOE), así como el Real Decreto 243/2022 por el que se establece el currículo básico de Bachillerato.

Asimismo, el centro de referencia se encuentra situado en Castilla y León, y, por lo tanto, se tendrá en cuenta el Decreto 40/2022 que establece la ordenación y el currículo del Bachillerato de dicha Comunidad, atendiendo al libre ejercicio de sus competencias en educación.

Por último, la legislación vigente en términos generales y estatales que construye este trabajo es la siguiente:

- La Constitución Española de 1978 en su Título I: De los derechos y deberes fundamentales, Capítulo segundo: Derechos y libertades, Sección 1.^a: De los derechos fundamentales y de las libertades públicas en el Artículo 27 que regula el derecho a la educación y la libertad de enseñanza, así como otras cuestiones.
- 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 Castilla y León.
- 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.
- Instrucción de 24 de agosto de 2017 de la Dirección General de Innovación y Equidad Educativa por la que se modifica la Instrucción de 9 julio de 2015 de la Dirección General de Innovación Educativa y Formación del Profesorado, por la que se establece el procedimiento de recogida y tratamiento de los datos relativos al alumnado con necesidad específica de apoyo educativo escolarizado en centros docentes de Castilla y León.

4. PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

4.1. OBJETIVOS DE ETAPA Y CARACTERÍSTICAS DE LA MATERIA

Fundamentos de Administración y Gestión es una materia optativa, totalmente práctica y competencial, para el alumnado matriculado en bachillerato. Asimismo, es una materia que permite poner al alumnado ante retos vitales y profesionales necesarios para su desarrollo integral como pueden ser: el autoconocimiento, el desarrollo de las habilidades blandas y la aproximación al mundo empresarial simulado, mediante el desarrollo de un proyecto emprendedor vinculado con la economía local que tenga en cuenta los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030.

La materia de Fundamentos de Administración y Gestión capacita al alumnado en las habilidades necesarias para alcanzar la mayoría de los objetivos de la etapa de bachillerato enmarcados en la LOMLOE. Dichos objetivos se encuentran recogidos en

el Artículo 33 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación y el Artículo 7 del Real Decreto 243/2022, de 5 de abril por el que se establecen la ordenación y las enseñanzas mínimas del Bachillerato y son los siguientes:

- 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, afectivo-sexual y social que les permita actuar de forma respetuosa, responsable y autónoma y desarrollar su espíritu crítico. Prever, detectar y resolver pacíficamente los conflictos personales, familiares y sociales, así como las posibles situaciones de violencia.
- c) Fomentar la igualdad efectiva de derechos y oportunidades de mujeres y hombres, analizar y valorar críticamente las desigualdades existentes, así como el reconocimiento y enseñanza del papel de las mujeres en la historia e impulsar la igualdad real y la no discriminación por razón de nacimiento, sexo, origen racial o étnico, discapacidad, edad, enfermedad, religión o creencias, orientación sexual o identidad de género o cualquier otra condición o circunstancia personal o social
- 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, 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. Afianzar los hábitos de actividades físico-deportivas para favorecer el bienestar físico y mental, así como medio de desarrollo personal y social.
- n) Afianzar actitudes de respeto y prevención en el ámbito de la movilidad segura y saludable.
- o) Fomentar una actitud responsable y comprometida en la lucha contra el cambio climático y en la defensa del desarrollo sostenible.

Por otro lado, la normativa autonómica de Castilla y León en la Disposición 004 publicada en el BOCyL nº 190, 30 de septiembre de 2022, establece:

- a) Investigar y valorar los aspectos de la cultura, tradiciones y valores de la sociedad de Castilla y León.
- b) Reconocer el patrimonio natural de la Comunidad de Castilla y León como fuente de riqueza y oportunidad de desarrollo para el medio rural, protegiéndolo y mejorándolo, y apreciando su valor y diversidad.
- c) Reconocer y valorar el desarrollo de la cultura científica en la Comunidad de Castilla y León indagando sobre los avances en matemáticas, ciencia, ingeniería y tecnología y su valor en la transformación, mejora y evolución de su sociedad, de manera que fomente la investigación, eficiencia, responsabilidad, cuidado y respeto por el entorno.

4.2. COMPETENCIAS CLAVE Y COMPETENCIAS ESPECÍFICAS. DESCRIPTORES OPERATIVOS.

Para abordar este apartado es pertinente especificar qué se entiende por competencia clave y específica.

En primer lugar, según indica la UNESCO (2018), las competencias clave enunciadas en la LOMLOE emanan de la recomendación del Consejo de la Unión Europea relativa al aprendizaje permanente, así como los Objetivos de Desarrollo

Sostenible de la Agenda 2030. A partir de ello, se da forma a la definición de las mismas como “aquellas que todas las personas precisan para su realización y desarrollo personales, su empleabilidad, integración social, estilo de vida sostenible, éxito en la vida en sociedades pacíficas, modo de vida saludable y ciudadanía activa; y se desarrollarán con una perspectiva de aprendizaje permanente”.

La LOMLOE, conservando la línea de actuación competencial de la LOE, tiene su fundamento en la necesidad de apoyo en un esqueleto que fomente la configuración integral de la persona. Este esqueleto no es más que las competencias clave recogidas en el Real Decreto 243/2022, que da una segunda acepción más concreta de las mismas como “los desempeños que se consideran imprescindibles para que el alumnado pueda progresar con garantías de éxito en su itinerario formativo, y afrontar los principales retos y desafíos globales y locales”.

Dicha configuración integral de la persona tiene como objetivo transmitir al alumnado y futura sociedad las herramientas necesarias para conformar personas, ciudadanos con capacidad de aprendizaje permanente. Según Delors (1996), el aprendizaje a lo largo de toda la vida se sustenta en los cuatro pilares de la educación: aprender a conocer, aprender a ser, aprender a vivir juntos y aprender a ser. Si ahondamos en esta frase, reconoceremos que el ser humano está en constante formación a lo largo de su vida y que, en las aulas, este aprendizaje empieza y se trabaja a través de las competencias.

Una tercera acepción de las competencias clave, y quizá la más fidedigna teniendo en cuenta la realidad educativa, es aquella que da el Ministerio de Educación y Formación Profesional en su portal del sistema educativo español, al entender por competencias clave “los desempeños que se consideran imprescindibles para que el alumnado pueda progresar con garantías de éxito en su itinerario formativo, y afrontar los principales retos y desafíos globales y locales”. Son la adaptación al sistema educativo español de las competencias clave establecidas en la Recomendación del Consejo de la Unión Europea de 22 de mayo de 2018 relativa a las competencias clave para el aprendizaje permanente.

De forma análoga, el Ministerio de Educación y Formación Profesional también da una definición de las competencias específicas, entendidas como “los desempeños que el alumnado debe poder desplegar en actividades o en situaciones cuyo abordaje requiere de los saberes básicos de cada área”.

Por lo tanto, las competencias específicas constituyen un elemento de conexión entre, por una parte, las competencias clave, y por otra, los saberes básicos de las áreas y los criterios de evaluación.

Las competencias clave son 8 en total. Se recogen en la Tabla 1.

Tabla 1.

Competencias clave, contenido genérico de las mismas y conexión con el contenido de aplicación en la materia de Fundamentos de Administración y Gestión.

COMPETENCIA CLAVE	CONTENIDO GENÉRICO	APLICACION EN LA MATERIA
Competencia en comunicación lingüística (CCL)	Supone interactuar de forma oral, escrita, signada o multimodal de manera coherente y adecuada en diferentes ámbitos y contextos y con diferentes propósitos comunicativos.	Comunicación y presentación del proyecto emprendedor.
Competencia plurilingüe (CP)	Esta competencia supone reconocer y respetar los perfiles lingüísticos individuales y aprovechar las experiencias propias para desarrollar estrategias que permitan mediar y hacer transferencias entre lenguas,	No se trabaja/No contribuye
Competencia matemática y competencia en ciencia, tecnología e ingeniería (STEM)	Entraña la comprensión del mundo utilizando los métodos científicos, el pensamiento y representación matemáticos, la tecnología y los métodos de la ingeniería para transformar el entorno de forma comprometida, responsable y sostenible.	Estudio y el diseño de las principales áreas funcionales de la empresa.

Competencia digital (CD)	La competencia digital implica el uso seguro, saludable, sostenible, crítico y responsable de las tecnologías digitales para el aprendizaje, para el trabajo y para la participación en la sociedad, así como la interacción con estas.	El uso de herramientas administrativas y contables, el diseño de un plan de comunicación en RRSS y la presentación y defensa del proyecto empresarial.
Competencia personal, social y de aprender a aprender (CPSAA)	La competencia personal, social y de aprender a aprender implica la capacidad de reflexionar sobre uno mismo para autoconocerse, aceptarse y promover un crecimiento personal constante.	propuesta de soluciones emprendedoras a problemas propios del entorno, todo ello dentro de un proyecto emprendedor vinculado con la economía local
Competencia ciudadana. (CC)	Contribuye a que los alumnos puedan ejercer una ciudadanía responsable y participar plenamente en la vida social y cívica,	Acercamiento a la responsabilidad social de las empresas, la economía circular y la educación cívico-tributaria.
Competencia emprendedora (CE)	Implica desarrollar un enfoque vital dirigido a actuar sobre oportunidades e ideas, utilizando los conocimientos específicos necesarios para generar resultados de valor para otras personas.	La realización del proyecto emprendedor vinculado con la economía local permitirá aportar elementos que permiten comprender el funcionamiento de las empresas y el perfil de la persona emprendedora.
Competencia en conciencia y expresión culturales (CCEC)	Supone comprender y respetar el modo en que las ideas, las opiniones, los sentimientos y las emociones se expresan y se comunican de forma creativa en distintas culturas	Presentaciones de una idea de negocio con creatividad y espíritu crítico.

Nota. Elaboración propia a partir del Decreto 40/2022.

Las competencias específicas vienen condicionadas por un grupo de descriptores operativos que fijan el grado de adquisición de las mismas previsto al

finalizar la etapa. Se entiende por descriptor operativo “una forma de especificación de las competencias clave que orientan sobre el nivel de desempeño esperado al completar el nivel educativo correspondiente”. Los descriptores operativos de la etapa de bachillerato se encuentran especificados en el Anexo I. Tanto las competencias específicas como los descriptores operativos con los que se vinculan, se encuentran especificados en la Tabla 2.

Tabla 2.

Competencias específicas y su conexión con los descriptores operativos.

Nº	COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	DESCRITORES OPERATIVOS
1	Identificar los principales aspectos de la innovación, reconociendo el papel fundamental que desempeña en el proceso emprendedor y aplicando técnicas como la observación y la hibridación, para desarrollar un proyecto empresarial.	CCL3, STEM4, CD1, CD3, CPSAA4, CC4, CE1, CE3.
2	Identificar y ser consciente de las principales decisiones que debe tomar el promotor de un proyecto empresarial, conociendo las posibles consecuencias de cada una de ellas, para aplicarlas a su propuesta de negocio.	CCL3, STEM1, STEM4, CD1, CD3, CPSAA4, CC2, CE2, CE3. 3.
3	Reconocer e identificar las principales áreas funcionales del proyecto empresarial, analizando la organización interna de la empresa, la forma jurídica de su constitución, los recursos necesarios, los principales departamentos, así como el funcionamiento de los mismos, para tomar decisiones eficientes en todas ellas	CCL3, STEM1, STEM4, CD1, CD3, CPSAA4, CC2, CE3.
4	Identificar y aplicar las principales normas básicas de fiscalidad y contabilidad empresarial, realizando supuestos básicos y reconociendo la responsabilidad de la empresa, para que el alumnado comprenda y sea capaz de realizar el proceso contable básico e integrar en él los tributos que afectan a las empresas.	CCL3, STEM1, CD1, CD3, CPSAA4, CC2.
5	Reconocer y desarrollar las habilidades básicas que debe tener un individuo en un proceso de comunicación escrita y oral, haciendo uso de ellas en presentaciones eficaces y de alto impacto, para dar a conocer sus propios proyectos de empresa.	CCL1, CCL3, CD1, CD2, CD3, CD4, CPSAA1.1, CE3, CCEC3.1
6	Reflexionar sobre el sentido, alcance, diferenciación y efectos externos del proyecto emprendedor, concretando y analizando acciones locales de economía colaborativa y circular y empleando instrumentos de calidad diferenciada, como denominaciones de origen local e indicadores de calidad, para contribuir de la mejor manera posible al contexto global.	CCL3, STEM3, CD2, CPSAA4, CC4, CE1, CE2, CE3.

Nota. Elaboración propia a partir del Decreto 40/2022.

4.3. CRITERIOS DE EVALUACIÓN E INDICADORES DE LOGRO

Los criterios de evaluación aparecen definidos en el artículo 2 del Real Decreto 243/2022, de 5 de abril, como “referentes que indican los niveles de desempeño esperados en el alumnado en las situaciones o actividades a las que se refieren las competencias específicas de cada materia en un momento determinado de su proceso de aprendizaje.” En este apartado, se desglosan en indicadores de logro dichos criterios contenidos en el Anexo III del Decreto 40/2022 del 29 de septiembre en indicadores de logro.

Por otro lado, se entiende por indicador de logro una regla o pauta que mide el desempeño del alumnado, es decir, un grado de desempeño de los criterios de evaluación. No obstante, no es sino a través de la evaluación, a partir de donde se constatará que los alumnos han adquirido los conocimientos específicos de la materia.

En las Tablas 3 a 8 se definen los y se muestran indicadores de logro correspondientes a cada criterio de evaluación, y se muestran los descriptores operativos de las competencias específicas con las que conectan en cada caso.

Tabla 3.

Indicadores de logro para los criterios de evaluación de la competencia específica 1.

COMPETENCIA ESPECÍFICA 1	
Criterio	
1.1	Relacionar distintos aspectos de la innovación con el desarrollo sostenible y la calidad de vida, proponiendo diferentes ideas de negocio. (CD3, CC4, CE1)
Indicador	
1.1.1	Comprende las implicaciones de la innovación en cuanto al desarrollo sostenible.
1.1.2	Deduce las mejoras en la calidad de vida fruto de la innovación.
1.1.3	Convierte problemas en opciones de negocio.
Criterio	
1.2	Analizar la información económica del sector empresarial en el que se situará la empresa partiendo de ella para iniciar su proyecto empresarial. (CCL3, STEM4, CD1, CD3, CPSAA4, CE1)
Indicador	
1.2.1	Reconoce la situación del sector de la empresa, así como el entorno general y específico.
1.2.2	Establece las bases de actuación en materia económica a tener en cuenta en un plan de empresa.

Criterio	
1.3	Seleccionar una idea de negocio, valorando y argumentando de forma técnica la elección. (CCL3, CD3, CE1, CE3)
Indicador	
1.3.1	Reconoce los distintos tipos de ideas de negocio.
1.3.2	Es capaz de discernir qué idea de negocio es más viable a través de los métodos de valoración existentes: VAN y TIR.
1.3.3	Razona el porqué de la preferencia de una opción frente a otra.
Criterio	
1.4	Identificar proyectos innovadores de emprendimiento social, analizando las consecuencias que tienen en el desarrollo de la economía local y en el bienestar de la sociedad. (CCL3, CD1, CD3, CPSAA4, CC4, CE1, CE3)
Indicador	
1.4.1	Selecciona proyectos novedosos de emprendimiento social.
1.4.2	Es capaz de reconocer los beneficios que aporta dicho emprendimiento al bienestar social.
1.4.3	Valora en qué medida el emprendimiento social permite desarrollar la economía local.

Tabla 4.

Indicadores de logro para los criterios de evaluación de la competencia específica 2.

COMPETENCIA ESPECÍFICA 2	
Criterio	
2.1	Valorar las capacidades del promotor del proyecto, teniéndolas en cuenta para ser un buen emprendedor. (CD1, CE2)
Indicador	
2.1.1	Reconoce las fortalezas y debilidades del perfil de emprendedor.
2.1.2	Es capaz de interiorizar y aplicar a sí mismo dichas características.
Criterio	
2.2	Analizar la viabilidad económica del proyecto, poniéndola en práctica en su propio proyecto de empresa. (CCL3, STEM1, STEM4, CD3, CE2)
Indicador	
2.2.1	Valorar la posibilidad de rendimiento económico de un proyecto.
2.2.2	Ser capaz de desarrollar una idea de negocio exitosa en un proyecto de empresa propio.
Criterio	
2.3	Decidir la ubicación y la dimensión ideal de la empresa estudiando el entorno local. (CD1, CD3, CPSAA4, CE3)
Indicador	
2.3.1	Reconocer los posibles emplazamientos de una empresa.
2.3.2	Ser capaz de analizar el entorno específico que rodea a una empresa.
2.3.3	Tomar decisiones adecuadas en cuanto a la ubicación y dimensión empresarial.

Criterio	
2.4	Ser conscientes de la responsabilidad social, de la empresa en la toma de decisiones, conociendo las consecuencias de llevar adelante el proyecto empresarial. (CD3, CPSAA4, CC2, CE3)
Indicador	
2.4.1	Reconocer como propia la idea de compromiso con la sociedad de las decisiones de la empresa.
2.4.2	Valora el impacto de las consecuencias de la puesta en práctica de un proyecto empresarial.

Tabla 5.

Indicadores de logro para los criterios de evaluación de la competencia específica 3.

COMPETENCIA ESPECÍFICA 3	
Criterio	
3.1	Identificar las diferentes áreas funcionales del proyecto empresarial desarrollando la idea de negocio y valorando la importancia de cada una de ellas dentro de la empresa. (CE3)
Indicador	
3.1.1	Reconoce cada una de las áreas funcionales implicadas en un proyecto de empresa.
3.1.2	Es capaz de llevar a cabo una idea de negocio en la práctica.
3.1.3	Valora la importancia de todas las dimensiones funcionales de la empresa.
Criterio	
3.2	Analizar estrategias de economía circular, aplicándolas al diseño de productos servicios a ofrecer como consecuencia de su proyecto empresarial. (CCL3, CD1, CD3, CPSAA4, CC2, CE3)
Indicador	
3.2.1	Reconoce las implicaciones y consecuencias de las estrategias del proceso de economía circular.
3.2.2	Aplica el proceso de economía circular en decisiones de productos y servicios vinculándolo al proyecto empresarial.
Criterio	
3.3	Aplicar diferentes herramientas administrativas y contables, realizando ejercicios prácticos relacionados con la empresa. (STEM1, STEM4)
Indicador	
3.3.1	Resuelve favorablemente ejercicios prácticos relacionados con la rama administrativa de la empresa.
3.3.2	Resuelve favorablemente ejercicios prácticos relacionados con la rama contable de la empresa.
Criterio	
3.4	Conocer las distintas fuentes de financiación empresarial, así como sus ventajas e inconvenientes, recabando información sobre las mismas. (CCL3, STEM1, STEM4, CD1, CD3, CPSAA4, CE3)

Indicador	
3.4.1	Reconoce las posibles fuentes de financiación de la empresa.
3.4.2	Valora ventajas y desventajas de cada una de las fuentes de financiación de la empresa.
3.4.3	Obtiene información veraz de las fuentes de financiación de la empresa para su posterior valoración.

Tabla 6.

Indicadores de logro para los criterios de evaluación de la competencia específica 4.

COMPETENCIA ESPECÍFICA 4	
Criterio	
4.1	Conocer e identificar los conceptos básicos de los principales impuestos en la economía española profundizando en los que afectan a las empresas. (CD1, CPSAA4, CC2)
Indicador	
4.1.1	Reconoce los impuestos que afectan a las empresas y sus implicaciones básicas.
4.1.2	Analiza a fondo las consecuencias de la aplicación de impuestos a las empresas.
Criterio	
4.2	Valorar la importancia de la responsabilidad fiscal, observando y estudiando tanto las consecuencias positivas que tiene, como las negativas de su carencia. (CCL3, CD1, CD3, CPSAA4, CC2)
Indicador	
4.2.1	Tiene en cuenta el deber fiscal del ciudadano.
4.2.2	Examina las implicaciones, ventajas e inconvenientes de la existencia de la fiscalidad.
Criterio	
4.3	Analizar el impacto y la repercusión de la tributación empresarial valorando cómo influye en la economía de su entorno. (CCL3, CD1, CPSAA4, CC2)
Indicador	
4.3.1	Es consciente de la trascendencia de los tributos en la empresa.
4.3.2	Analiza, evalúa y cuantifica el nivel de influencia de la aplicación tributaria a las empresas en el entorno que le rodea.
Criterio	
4.4	Realizar supuestos prácticos sencillos del ciclo contable y de análisis de las cuentas anuales, aplicando la normativa contable y valorando la situación patrimonial, económica y financiera de la empresa. (STEM1)
Indicador	
4.4.1	Es capaz de resolver ejercicios prácticos relacionados con la contabilidad de la empresa.
4.4.2	Es capaz de resolver ejercicios prácticos relacionados con el análisis de las cuentas anuales de la empresa.
4.4.3	Maneja la normativa contable y conoce y contextualiza la situación económica, financiera y patrimonial de la empresa.

Tabla 7.*Indicadores de logro para los criterios de evaluación de la competencia específica 5.*

COMPETENCIA ESPECÍFICA 5	
Criterio	
5.1	Identificar las partes del proceso de comunicación escrita y oral, reconociendo los elementos que aportan información al proceso. (CCL1)
Indicador	
5.1.1	Reconoce el procedimiento de comunicación escrita.
5.1.2	Reconoce el procedimiento de comunicación oral.
5.1.3	Identifica los elementos del proceso de comunicación escrita y oral.
Criterio	
5.2	Desarrollar habilidades básicas para realizar simulaciones de procesos de comunicación efectiva en una empresa, poniéndolas en práctica al desarrollar su proyecto empresarial. (CCL1, CCL3, CD2, CD4, CPSAA1.1, CCEC1)
Indicador	
5.2.1	Se desenvuelve habilidosamente en los procedimientos comunicativos que puedan surgir en una empresa.
5.2.2	Lleva a la práctica simulaciones de comunicación empresarial aplicadas a la empresa de su proyecto empresarial.
Criterio	
5.3	Reconocer los elementos de la narrativa de un proyecto, aplicándolos a potenciar la imagen de marca la empresa. (CCL1, CCL3, CD1, CD2, CD3, CD4)
Indicador	
5.3.1	Es capaz de identificar los componentes de la narrativa empresarial.
5.3.2	Pone en práctica, de manera beneficiosa, dicha narrativa con la finalidad de mejorar la imagen de marca de la empresa.
Criterio	
5.4	Realizar presentaciones efectivas de una idea de negocio utilizando herramientas TIC. (CCL1, CCL3, CD1, CD2, CD3, CD4, CE3, CCEC3.1)
Indicador	
5.4.1	Elabora, ejecuta y pone en práctica una presentación.
5.4.2	Domina distintos tipos de herramientas TIC con soltura y de manera individual.
5.4.3	Desarrolla y plasma una idea de negocio propia a través de herramientas TIC.

Tabla 8.*Indicadores de logro para los criterios de evaluación de la sexta competencia específica.*

COMPETENCIA ESPECÍFICA 6	
Criterio	
6.1	Analizar, de forma crítica y constructiva, el contexto local de una propuesta emprendedora, valorando los efectos de la transformación económica y social de su entorno más cercano, y fomentando iniciativas socialmente responsables. (CCL3, CPSAA4, CC4, CE1, CE2, CE3)
Indicador	
6.1.1	Ser capaz de estudiar desde una perspectiva analítica y provechosa el contexto más cercano de una iniciativa de emprendimiento.
6.1.2	Evaluar las consecuencias de la transformación económica y social
6.1.3	Promover propuestas y soluciones beneficiosas para la sociedad desde el contexto de la responsabilidad social.
Criterio	
6.2	Proponer alternativas y nuevas soluciones a retos que respondan al interés colectivo, reconociendo la importancia de la economía circular. (STEM3, CD2, CC4, CE1, CE3)
Indicador	
6.2.1	Ser capaz de plantear
6.2.2	Ser conscientes de la relevancia de aspectos beneficiosos para todos como la economía circular.
Criterio	
6.3	Generar actitudes sensibles y comportamientos responsables, estableciendo correspondencias entre la iniciativa emprendedora desarrollada y la economía local. (CD2, CPSAA4, CC4, CE1, CE2, CE3)
Indicador	
6.3.1	Promover conductas positivas en lo afectivo y comportamental.
6.3.2	Reconocer el intercambio de ventajas entre el emprendimiento y la economía local.
Criterio	
6.4	Comprender y aplicar formas de calidad diferenciada, desarrolladas por la administración pública, útiles para poner en valor iniciativas emprendedoras singulares y sostenibles unidas a un contexto local, aplicándolas al producto o servicio de su proyecto de empresa. (STEM3, CD2, CPSAA4, CE1, CE2)
Indicador	
6.4.1	Entender las distintas maneras de diferenciación de calidad que las administraciones públicas ponen en práctica.
6.4.3	Aplicar al propio proyecto emprendedor iniciativas sostenibles y originales aplicables al contexto local de la empresa.

4.4. CONTENIDOS CARÁCTER TRANSVERSAL QUE SE TRABAJARÁN DESDE LA MATERIA

La transversalidad de contenidos se trata en el Decreto 39/2022. Concretamente, es en el artículo 9 donde se indica que en todas las materias se trabajarán los siguientes ítems:

- Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), y su uso responsable
- La educación para la convivencia escolar proactiva orientada al respeto de la diversidad como fuente de riqueza.
- Las técnicas y estrategias propias de la oratoria que proporcionen al alumnado confianza en sí mismo, gestión de sus emociones y mejora de sus habilidades sociales.
- Actividades que fomenten el interés y el hábito de lectura
- Destrezas para una correcta expresión escrita.

Por otro lado, el Decreto 39/2022, también indica que los centros educativos con sus actuaciones, actividades, planes, programas, proyectos y normas generales, vinculadas a su organización y funcionamiento, fomentarán:

- La prevención y resolución pacífica de conflictos en todos los ámbitos de la vida personal y familiar.
- Los valores que sustentan la libertad, la justicia, la igualdad, la paz, la democracia, la pluralidad, el respeto a los derechos humanos y al Estado de derecho.
- El rechazo al terrorismo y a cualquier tipo de violencia.
- La transmisión al alumnado de los valores y oportunidades de la Comunidad de Castilla y León como una opción favorable para su desarrollo personal y profesional.

Todos estos contenidos deben ser tratados desde el centro, pero se abordarán también desde los departamentos de forma transversal.

El centro que contextualiza este trabajo no establece una línea de actuación que organice durante el curso el tratamiento de cada uno de ellos ni su inclusión en el proceso de enseñanza-aprendizaje, dejando libre actuación a los departamentos.

Asimismo, estos últimos permiten, dentro de sus competencias a cada docente de cada materia, que traten todos ellos en el momento del curso en el que consideren

oportuno y en función de los contenidos de la materia y cómo se puedan relacionar con los elementos transversales.

Cada una de las situaciones de aprendizaje que se verán más adelante, ha sido diseñada para incluir los contenidos anteriormente mencionados en el proceso de enseñanza-aprendizaje. De esta forma, se darán puntos de conexión entre los contenidos transversales y los conceptos y principios de administración y gestión en su relación con la toma de decisiones, el liderazgo o la ética empresarial, entre otros temas relevantes de la materia, para llegar de esta forma a un abordaje significativo y coherente de los contenidos transversales durante el curso.

Para llegar a esta finalidad, se verá, en los próximos epígrafes del trabajo, cómo se pueden vincular tanto actividades como situaciones de aprendizaje con la realidad local y regional o con participación en organizaciones sociales.

En conclusión, la distribución temporal de los contenidos transversales en el planteamiento de esta programación docente no responde a un criterio del centro, sino a un criterio personal. Desde esta materia se trabajarán proyectos conjuntos como el Plan de Lectura del centro o la digitalización de la realidad del alumnado.

4.5. CONTENIDOS

En el marco de la LOMLOE, los saberes básicos tal y como marca el BOE son “conocimientos, destrezas y actitudes que constituyen los contenidos propios de una materia o ámbito cuyo aprendizaje es necesario para la adquisición de las competencias específicas”. Sin embargo, actualmente en Castilla y León, en el Real Decreto 243/2022 del 5 de abril se denominan contenidos, por lo que nos ajustaremos a esta última denotación.

Con respecto a su aplicación práctica en el aula, el Decreto 40/2022 indica que este se dará “de manera flexible, permitiendo una adaptación a las características y necesidades de los estudiantes, así como a los entornos educativos. Se promoverá el estímulo del pensamiento crítico, la creatividad y la capacidad de resolver problemas”. Por lo tanto, los contenidos que se mostrarán a continuación serán susceptibles de ser aplicados según la amplia gama de posibilidades y contextos que ofrezca el alumnado y el contexto del alumnado, entre otros factores.

En la Tabla 9, se muestran los contenidos el currículo de la materia de Fundamentos de Administración y Gestión (presentes en el Decreto 40/2022, de 29 de

septiembre). Las letras A, B, C, D indican los bloques en los que el Decreto 40/2022 divide los contenidos.

Tabla 9.

Contenidos dictados por la LOMLOE para la materia objeto del trabajo.

DESGLOSE DE CONTENIDOS	
A	La innovación e idea de negocio. El proyecto de empresa.
A.1	El emprendedor. Habilidades blandas para emprender. Autodiagnóstico de actitudes emprendedoras.
A.2	La innovación como fuente de desarrollo económico y generación de empleo. Importancia de la innovación. Factores determinantes de la innovación. La cultura de la innovación desde la perspectiva de la ciudadanía global.
A.3	Técnicas de observación e investigación de necesidades no cubiertas en la localidad/región.
A.4	Creatividad aplicada a la concreción de oportunidades de negocio en el contexto local. La búsqueda de soluciones creativas a las necesidades detectadas.
A.5	La experiencia de usuario: comportamientos y valores esperados. Su influencia en el diseño de productos y servicios globales con valor local.
A.6	Soluciones emprendedoras con valores de sostenibilidad: economía circular y/o economía colaborativa.
A.7	El compromiso local del proyecto. Calidad diferenciada de los productos o servicios: denominación de origen e indicadores de calidad. Retornos en la economía local: consumo/producción responsable y consumo local y sostenible.
A.8	Estructura y contenido del proyecto empresarial.
B	Decisiones para iniciar un proyecto emprendedor global en un contexto local.
B.1	El estudio del entorno y del mercado local. Mapa del entorno: tendencias, demanda y oferta. La curva de valor de la competencia en el contexto estudiado.
B.2	La empresa global en el contexto local. Búsqueda de relevancia a nivel global y puesta en valor recursos locales.
B.3	Elementos intangibles del proyecto emprendedor. El lienzo Misión-Visión-Valores y el código de responsabilidad social empresarial.
B.4	Diseño de estrategia de marca sólida y concreción del nombre de la idea de negocio.
B.5	Decisión de localización y diseño del punto de venta.
B.6	Forma jurídica, principales trámites para iniciar un negocio. Los organismos de asesoramiento y ayuda para iniciar el proyecto emprendedor.

C	Estudio y diseño de las áreas funcionales de la empresa.
C.1	Área de aprovisionamiento: plan de compras y control de stocks. El pedido, albarán y factura. La hoja de cálculo como método de control de existencias.
C.2	Área de fabricación. La cartera de productos con valor local. El diseño de productos de carácter circular.
C.3	Área comercial y de marketing. Técnicas y aplicación de estudios de mercado. Comunicación comercial y atención al cliente. Responsabilidad en las acciones publicitarias. Análisis de anuncios publicitarios: plan de medios, publicidad en internet y redes sociales.
C.4	Área de recursos humanos: búsqueda y selección de personal, trámites en la contratación, riesgos laborales y el organigrama interno.
C.5	Área de contabilidad y fiscalidad: principales documentos contables, obligaciones contables y documentales de la empresa. El proceso contable básico. Liquidación de los impuestos básicos.
C.6	Área de inversiones y financiación: evaluación de las diferentes inversiones que se pueden plantear. Selección de las fuentes de financiación más apropiadas. Finanzas sostenibles.
D	Comunicación y presentación del proyecto emprendedor.
D.1	Habilidades básicas de comunicación escrita, verbal y no verbal.
D.2	La comunicación externa e interna en la empresa.
D.3	Diseño de la narrativa del proyecto emprendedor.
D.4	El diseño de un plan de comunicación en redes sociales como medio de comunicación empresarial con el mercado.
D.5	Herramientas de presentación

Nota. Elaboración propia a partir del Decreto 40/2022.

4.6. TEMPORALIZACIÓN

Esta temporalización se ha pensado para su aplicación en el próximo curso 2023/2024 teniendo en cuenta el calendario escolar vigente para dicho curso académico, que se puede encontrar en el Anexo II.

Las características de la materia por las que se organizará la temporalización, son 4 horas semanales de docencia y tres trimestres en total, con las siguientes características cada uno:

- 1º trimestre (13 de septiembre – 22 de diciembre, ambos incluidos). Consta de 26 semanas lectivas, 67 días lectivos y un total de 53 horas lectivas (sesiones)

- 2º trimestre (8 de enero – 21 de marzo, ambos incluidos). Tiene 21 semanas lectivas, con un total de 51 días lectivos y 41 horas lectivas (sesiones)
- 3º trimestre (3 de abril – 3 de junio, ambos incluidos). Abarca 10 semanas lectivas, con 44 días lectivos y 35 horas lectivas (sesiones)

De esta forma, para impartir la materia se dispondrán de 129 sesiones en total, cuya distribución por unidad didáctica se muestra en las Tablas 10, 11 y 12.

Tabla 10.

Secuencia de unidades temporales de la programación del curso y distribución de sesiones para cada unidad didáctica de la primera evaluación.

N.º UNIDAD	TEMÁTICA DE LA UNIDAD	N.º DE SESIONES PREVISTAS
UNIDAD 0	Presentación de la asignatura. Activación del alumnado a metodología ABP.	1
UNIDAD 1	El emprendimiento y el emprendedor.	12
UNIDAD 2	La empresa y sus tipos. El entorno de la empresa.	14
UNIDAD 3	El marketing Mix.	15
Desarrollo y puesta en práctica del plan de empresa		10
Sesión para la evaluación trimestral		1
PRIMERA EVALUACIÓN		TOTAL: 53

Tabla 11.

Secuencia de unidades temporales de la programación del curso y distribución de sesiones para cada unidad didáctica de la segunda evaluación.

N.º UNIDAD	TEMÁTICA DE LA UNIDAD	N.º DE SESIONES PREVISTAS
UNIDAD 4	El plan de aprovisionamiento.	8
UNIDAD 5	Iniciación a la contabilidad.	10
UNIDAD 6	Gestión de la contabilidad.	12
Desarrollo y puesta en práctica del plan de empresa		10
Sesión para la evaluación trimestral		1
SEGUNDA EVALUACIÓN		TOTAL: 41

Tabla 12.

Secuencia de unidades temporales de la programación del curso y distribución de sesiones para cada unidad didáctica de la tercera evaluación.

N.º UNIDAD	TEMÁTICA DE LA UNIDAD	N.º DE SESIONES PREVISTAS
UNIDAD 7	Inversión y financiación	11
UNIDAD 8	Los recursos humanos	8
Desarrollo y puesta en práctica del plan de empresa		15
Sesión para la evaluación trimestral		1
SEGUNDA EVALUACIÓN		TOTAL: 35

La distribución de las unidades y sesiones responde a varios factores. En primer lugar, la carga de contenido de cada una de las unidades didácticas, puesto que no todas necesitan de las mismas sesiones ni tienen la misma carga de contenidos teórico-prácticos. En segundo lugar, el número de sesiones disponibles por evaluación o trimestre, ya que, en segundo de bachillerato, el curso se acorta por la prueba de acceso a la universidad (EBAU), quedando la docencia reducida en casi un mes y finalizando en el mes de mayo.

Por otro lado, el eje de la materia es el proyecto del plan de empresa y la naturaleza de su metodología está basada en el aprendizaje basado en proyectos. Dicha perspectiva metodológica irá desarrollándose a lo largo de toda la materia y reforzándose en cada sesión del plan de empresa reservada para ello. Esto se muestra en las tablas 10, 11 y 12, donde la distribución temporal indica que todas las evaluaciones contienen un número de sesiones dedicado al desarrollo y puesta en práctica del plan de empresa.

Asimismo, el desarrollo el plan de empresa es el objetivo principal de este trabajo, y se desarrollará de forma más detallada en el punto seis del mismo, momento en el que se ahondará en el planteamiento metodológico elegido y sentido principal de este trabajo: el aprendizaje basado en proyectos. Por otro lado, la organización y las pautas del mismo se encuentran desarrolladas al completo en el Anexo III, pero serán trasladadas a los alumnos en la primera sesión del curso, momento en el que se les explique la forma de proceder en la materia y en el plan de empresa.

4.7. METODOLOGÍA

Atendiendo una vez más al marco de actuación de la normativa vigente, el Decreto 40/2022 contempla, en su Artículo 11 referente a los principios metodológicos, las siguientes recomendaciones:

- “El trabajo en equipo, favoreciendo la coordinación de los diferentes profesionales que desarrollan su labor en el centro”.
- “Proporcionar múltiples formas de representación de la información y del contenido, al objeto de aportar al alumnado un espectro de opciones de acceso real al aprendizaje lo más amplio y variado posible”.
- “Proporcionar múltiples formas de acción y expresión, al objeto de permitir al alumnado interactuar con la información, así como demostrar el aprendizaje realizado, de acuerdo siempre a sus preferencias o capacidades”.

Asimismo, en el Anexo II.A del mismo decreto se fijan los principios metodológicos que integrarán este apartado y la materia en su conjunto.

Siguiendo las recomendaciones de los principios metodológicos recogidos en la normativa vigente, en primer lugar se establecen las modalidades organizativas que se utilizarán en la materia de Fundamentos de Administración y gestión con el objetivo de ofrecer una experiencia de enseñanza-aprendizaje óptima al alumnado, basada en la naturaleza de los contenidos de la materia (contenidos teóricos, contenidos prácticos y desarrollo de un proyecto o plan de empresa) y en línea con la metodología de la materia que será el hilo conductor de la misma y de la que se mencionará a continuación (Tabla 13).

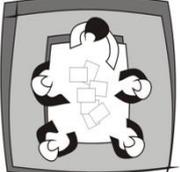
Se entiende por modalidad organizativa en el aula “Los distintos escenarios donde tienen lugar las actividades a realizar por el profesorado y el alumnado a lo largo de un curso, y que se diferencian entre sí en función de los propósitos de la acción didáctica, las tareas a realizar y los recursos necesarios para su ejecución” (de Miguel, 2005).

Por otro lado, y una vez tratadas las modalidades organizativas que regirán el día a día del alumnado, se continúa abordando este apartado atendiendo al aprendizaje competencial por el que aboga la LOMLOE. Este se materializa metodológicamente en la etapa de bachillerato con la inclusión de habilidades como la creatividad, la capacidad de tolerar la frustración, la aptitud para la búsqueda y filtrado de nueva información o la capacidad para trabajar con otros compañeros, hacen necesaria la aplicación en el aula

de metodologías activas que impliquen dejar a un lado las metodologías más tradicionales.

Tabla 13.

Modalidades organizativas de la metodología de Fundamentos de Administración y Gestión.

Escenario	Modalidad	Aplicación en FAG
	Clase magistral	Se utilizará la estrategia expositiva por parte del profesor para impartir los contenidos teóricos de la materia.
	Actividades prácticas	La aplicación de los contenidos teóricos de la materia se hará a través de actividades prácticas, normalmente en grupos de cuatro alumnos.
	Exámenes	Evaluación formal en la que se pone a prueba el conocimiento individual de la materia, habilidades y competencias de un a través de preguntas teóricas o ejercicios prácticos.
	Tutorías	Interacción individualizada en la que el profesor brinda apoyo, orientación y seguimiento académico al alumno, con el objetivo de favorecer su aprendizaje y desarrollo personal.
	Resolución casos en grupo	Se da a través de agrupaciones de máximo cinco alumnos, siendo cuatro lo idóneo. Favorece el aprendizaje en el ámbito social y académico.
	Estudio y trabajo individual	Se pone en práctica el autoaprendizaje y la autonomía en la adquisición de conocimientos por parte de cada alumno. Se desarrolla la responsabilidad y la gestión del tiempo.

Nota. Elaboración propia a partir de (de Miguel Díaz, 2005)

En el caso de este trabajo, la metodología que será eje central del desarrollo del mismo y cumple con los requerimientos del Decreto 40/2022 que regula la enseñanza del bachillerato, será la del aprendizaje basado en proyectos. Esta metodología ha sido elegida por lo acertado del desarrollo de sus fases en cuanto a la aplicación de las mismas al plan de empresa propuesto de la asignatura, del cual se hablará con más detalle en las próximas páginas.

En la explicación de las metodologías a emplear, se aborda en primer lugar la metodología principal del trabajo en su aplicación al mismo, el aprendizaje basado en proyectos.

Aprendizaje basado en proyectos.

La importancia de esta metodología emana del proyecto de final de curso que propone realizar un plan de empresa completo. Se propone aplicar esta metodología de forma que el alumnado se centre en una tarea que implique un proceso tanto de trabajo, como de negociación compartido entre participantes. El objetivo será obtener un producto final que tenga como reto la implicación en desafíos y problemáticas que, desde el punto de vista empresarial, podrán enfrentar en el mundo real.

Por otra parte, atendiendo al Decreto 40/2022: “El profesor transmitirá a los grupos de trabajo la necesidad de una buena comunicación y coordinación entre los miembros, así como del respeto a las opiniones y al trabajo de los compañeros del equipo. De esta forma el alumnado comprenderá mejor los procesos y procedimientos asociados a la creación de una empresa”, se favorecerá, en todo caso, el buen clima de aula y el trabajo en equipo a través de distintas tareas y actividades que impliquen el trabajo en grupo y que propicien el entendimiento y el respeto mutuo. En base a esta afirmación, además de la metodología mencionada, tienen aplicación en la materia las siguientes:

Preparación y realización de debates.

Una de las actividades propuestas en una de las situaciones de aprendizaje es un debate. La realización de debates tendrá como objetivo principal tratar temas que pueden generar cierta controversia entre el alumnado y que, teniendo en cuenta los contenidos transversales de la materia, hay que tratar e incluir con una orientación crítica.

La realización de debates permitirá trabajar la gestión de la información, así como el conocimiento y el desarrollo de las habilidades comunicativas.

Aprendizaje cooperativo.

La aplicación de esta estrategia se dará en varias actividades propuestas. Para llevarse a cabo, los alumnos serán organizados en grupos de trabajo. El número de las agrupaciones dependerá de cada actividad, variando entre las 4 y las 8 personas. Cada grupo será preferiblemente mixto y con variedad de niveles y aptitudes para favorecer el aprendizaje, de forma que los alumnos puedan adquirir un papel más autónomo y, el profesor, adopte un papel en segundo plano que lo favorezca.

Aprendizaje dialógico.

Esta estrategia tiene como fundamento el aprendizaje a partir de la interacción entre alumnos y las aportaciones que, individualmente, cada uno de ellos puede hacer en función de su tipo de inteligencia y reconociendo la existencia de la multiplicidad de las mismas.

Esta modalidad es reconocible en múltiples momentos en el aula y fuera de ella, así como simultáneamente con otras estrategias o metodologías por darse dentro de un contexto de trabajo e intercambio de ideas grupal. Asimismo, a mayor número de intercambio de ideas y opiniones, mayor nivel de aprendizaje y mayor posibilidad de lograr un consenso en un tema o actividad concreto.

La aplicación de esta estrategia en la materia se da en las múltiples tareas y actividades que serán planteadas en los siguientes epígrafes y cuya dimensión organizativa implica más de un alumno. Asimismo, estará presente en el desarrollo del plan de empresa en cada una de las decisiones de trabajo y planteamiento que los alumnos, en la agrupación para su desarrollo, efectúen.

Resolución de problemas.

La resolución de problemas es una habilidad fundamental que han de desarrollar los alumnos y que es aplicable en todas las materias, así como en numerosos ámbitos de su vida fuera del aula.

Esta estrategia enseña un enfoque sistemático para la resolución de problemas siguiendo en una estructura organizada. Se parte de la identificación del problema, pasando por el análisis de los datos y de la situación, se evalúan las posibles soluciones

y se evalúan los resultados de la aplicación de la escogida mediante el consenso y la colaboración entre iguales. Asimismo, esta estrategia será aplicable en un gran número de tareas y actividades propuestas durante el desarrollo de la materia que requieran comunicación, colaboración y discusión de diferentes perspectivas de abordaje de problemas y sus soluciones.

Aprendizaje basado en juegos.

El aprendizaje basado en juegos utiliza elementos del juego en contextos no lúdicos, como el del aula. El objetivo es motivar y mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje del alumnado a través de actividades menos tradicionales.

Una de las herramientas más utilizadas y extendidas en todos los niveles educativos y que se verá aplicada en posteriores apartados de este trabajo, es el Kahoot. Esta herramienta toma la forma de sistema de puntuación y progreso mediante preguntas formuladas normalmente con opciones de respuesta múltiple o tipo test. Su dimensión tecnológica, la necesidad de participación activa de los estudiantes y su mecanismo competitivo, conforman la integración de los elementos del juego en el aula mediante un mecanismo interactivo, lúdico y basado en los conocimientos y contenidos de la materia a tratar.

Clase magistral.

Para favorecer el proceso de enseñanza-aprendizaje del temario propuesto, todas las sesiones seguirán este tipo de metodología. Incluso las enseñanzas de carácter más práctico -entre las que se pueden encontrar la función financiera o contable de la empresa-, necesitan de una construcción teórica previa.

La clase magistral se basa en la exposición oral por parte del profesor utilizando diversos soportes como pizarra, proyectores y/o esquemas propios que sirvan para ilustrar o apoyar las explicaciones.

De la misma forma, las sesiones que formen parte de las situaciones de aprendizaje y en las que se lleven a cabo las tareas propuestas, así como las actividades relacionadas con la materia que se explicarán detalladamente en los próximos apartados, tendrán como punto de partida una explicación teórico-expositiva.

Retomando el Anexo III del Decreto 40/2022, se observa que éste también enuncia que “se recomienda partir de la exposición por parte del profesor de contenidos, que posteriormente permitan al alumnado adquirir las diferentes competencias. Se

recomienda el empleo de técnicas expositivas, de diálogo, de estudio de casos, de resolución de problemas, de investigación, de trabajo en equipo y de técnicas para el desarrollo del pensamiento creativo”. Esta afirmación hace adecuadas las metodologías anteriormente mencionadas que se alejan de lo tradicional, sin dejar de lado la clase magistral como la utilizada clásicamente en el aula.

En definitiva, la metodología a utilizar en la materia se basa, principalmente, en el aprendizaje basado en proyectos que se lleva a cabo durante todo el curso en el plan de emprendimiento propuesto, ya que es, además de las anteriormente citadas, una de las metodologías troncales de desarrollo de la materia. Asimismo, se utilizará la estrategia teórico-expositiva en la parte teórica de la materia, y en la estrategia de aprendizaje dialógico en la parte práctica. De esta forma, se establece dentro y fuera del aula una dinámica de diálogo continua en la que el alumnado aporta, desde su punto de vista, diferentes perspectivas para llegar a un proyecto común.

Por último, cabe mencionar que las características fundamentales de la mayor parte de las estrategias formuladas en este apartado tienen numerosas similitudes entre ellas, así como con la metodología principal de la materia, el aprendizaje basado en proyectos. La mayoría de ellas se desarrollan en grupo y parten de un problema inicial con el objetivo último de su resolución pacífica mediante el fomento del pensamiento crítico. Asimismo, todas se nutren para dicho fin del aprendizaje entre iguales y del autoaprendizaje, y tienen un alto componente creativo durante el proceso. Esto constituye un hilo conductor fundamental para la propuesta metodológica en conjunto y, particularmente, para la metodología del aprendizaje basado en proyectos en su aplicación al plan de empresa propuesto en la materia.

4.8. RECURSOS Y MATERIALES

Los recursos y materiales necesarios tanto para impartir la materia y la unidad didáctica en términos teóricos, así como para llevar a cabo las situaciones de aprendizaje y los métodos de evaluación propuestos son los siguientes:

- a) Materiales del profesor: apuntes y anotaciones personales, hojas de ejercicios y problemas, exámenes EBAU, esquemas, test, guía didáctica...
- b) Materiales del alumno: libro de texto, materiales personales de estudio.

- c) Materiales de soporte: pizarra digital, proyector, pizarra tradicional, móvil con conexión a internet, ordenadores...
- d) Recursos digitales: web econosublime, web econfinados, webs de interés económico (DatosMacro, INE, periódicos económicos,
- e) Recursos TIC: paquete Office, temario en formato presentación, vídeos, anuncios y campañas publicitarias, imágenes...
- f) Espacios: aula habitual, aulas habilitadas para actividades, aula magna/aula de presentación para charlas/conferencias, empresas y entidades externas (actividades extraescolares).
- g) Materiales de evaluación: exámenes, presentaciones orales, ejercicios entregables, actividades...

Se ha constatado que todos y cada uno de ellos están disponibles en el centro y distribuidos conforme a las infraestructuras del centro que se enuncian en el apartado 2., especialmente los espacios previamente mencionados en el apartado f).

Asimismo, el centro está adscrito al programa “CoDiCe TIC” y obtiene el nivel 4 sobre 5. Esta acreditación evalúa la integración de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) en los centros educativos. Este certificado es una demostración de alto nivel de competencia digital del centro, lo cual refuerza la importancia y la existencia de los recursos digitales, los recursos TIC y los materiales de soporte previamente mencionados. Su regulación, así como los niveles de consecución del mismo y los respectivos procedimientos para su obtención se encuentran en la ORDEN EDU/600/2018, de 1 de junio.

Por otro lado, los materiales del alumno como los libros de texto se proporcionarán, de manera gratuita y según corresponda, por el programa Releo Plus1, según marca DECRETO 3/2019 del 21 de febrero. Este programa, dirigido a alumnos de educación primaria y secundaria, se extiende, por parte del centro, también a los alumnos de bachillerato en forma de banco de libros de texto pertenecientes al centro. El programa se articula de forma que los libros prestados durante un curso son devueltos al final del mismo y prestados al siguiente alumno. Por lo tanto, el centro dispone de los suficientes recursos para atender las necesidades de libros de texto del alumnado. El resto de material escolar, será adquirido por parte del alumnado.

¹ Se puede consultar la normativa del programa “RELEO PLUS” en el siguiente enlace: https://www.educa.jcyl.es/es/becas_alumnado/programa-gratuidad-libros-texto-releo-plus/programa-gratuidad-libros-texto-releo-plus-2023-2024

Por último, los materiales del profesor y los materiales de evaluación son elaborados por él mismo y el departamento de manera conjunta y en función del contexto del curso académico y las características del alumnado.

4.9. EVALUACIÓN DEL PROCESO DE APRENDIZAJE DEL ALUMNADO

La evaluación del proceso de aprendizaje del alumnado se basará en una combinación de diferentes instrumentos de evaluación. A continuación, se presentan algunas opciones para evaluar el desempeño de los estudiantes en esta materia:

Exámenes escritos.

Pueden utilizarse exámenes escritos para evaluar el conocimiento teórico de los estudiantes. Estos exámenes incluirán, para el desarrollo de la parte práctica (contabilidad...), ejercicios o casos prácticos escritos, y, para la evaluación de la parte teórica, preguntas de respuesta múltiple tipo test o pregunta con formato de respuesta corta por escrito.

Trabajos individuales y en grupo.

Se asignarán trabajos o actividades individuales o en grupo que requieran la aplicación de los conceptos y principios de administración y gestión a situaciones simuladas de la vida real. Estos trabajos pueden ser infografías, presentaciones, estudios de casos, entre otros. La evaluación tendrá en cuenta varios factores en función del tipo de actividad propuesta, las competencias que trabaja, o la agrupación que requiere.

Participación en clase.

La participación activa en clase puede evaluarse mediante la observación de la contribución de los estudiantes en discusiones, debates, resolución de problemas y actividades prácticas. Esto incluirá la capacidad de argumentar, plantear soluciones y trabajar conjuntamente con sus compañeros si la actividad lo requiere.

Evaluación del proyecto emprendedor propuesto.

Se asignará a los estudiantes la tarea de desarrollar un proyecto empresarial donde apliquen los conceptos principales de la materia a medida que estos se vayan impartiendo en el aula. En grupos de cuatro personas, los alumnos se encargarán de la creación y gestión de una idea negocio de un producto o servicio que ellos elijan. En él,

llevarán a cabo la creación y gestión de un negocio ficticio o real. La evaluación considerará la viabilidad del proyecto, la inclusión de todos los apartados propuestos y la presentación oral del mismo a final de curso.

Asimismo, se llevará a cabo una retroalimentación con los estudiantes durante el curso académico que les ayude a mejorar en las áreas que necesiten mayor desempeño. Se fomentará que los estudiantes se autoevalúen y evalúen entre ellos (autoevaluación y coevaluación), identificando sus logros y dificultades, y estableciendo metas de mejora. La evaluación se hará de una forma justa y transparente, y promoverá, en todo momento, los objetivos del currículo de la materia incluidos en el Decreto 40/2022. Para ello, se dará importancia a la forma de combinación de los instrumentos de evaluación propuestos anteriormente, de forma que, con la integración de todos ellos, se pueda obtener una visión general de su desempeño en la materia. De esta forma, la evaluación adquirirá mayor importancia en el examen escrito, seguido, solo a final de curso, de la evaluación del proyecto de empresa propuesto. Así, se obtendrá una ponderación para la evaluación final de la materia del 60% dedicado al examen y el 40% al proyecto del plan de empresa.

4.10. ATENCIÓN A LAS DIFERENCIAS INDIVIDUALES DEL ALUMNADO

Atendiendo a los principios pedagógicos del Artículo 6 del Real Decreto 243/2022, en la organización de los estudios de Bachillerato se prestará especial atención a los alumnos y alumnas con necesidad específica de apoyo educativo. A estos efectos se establecerán las alternativas organizativas y metodológicas y las medidas de atención a la diversidad precisas para facilitar el acceso al currículo de este alumnado.

Uno de los objetivos fundamentales de la LOMLOE es promover una educación inclusiva, que atienda a las necesidades educativas de todos los estudiantes, independientemente de sus características personales, sociales o culturales. Para ello, se establecen medidas y estrategias para la atención a la diversidad, con el fin de garantizar la igualdad de oportunidades y la equidad en el acceso a la educación.

De acuerdo con los principios del DUA, las tareas planteadas y la elaboración de sus productos se ajustarán razonablemente al alumnado en caso de ser necesaria una atención directa y personalizada. En dicho caso, esta se hará atendiendo al tipo de diversidad de la que adolezca cada alumno, así como de cómo afecte en el desarrollo de las características de esta materia. No obstante, no hay una línea de actuación clara y pautada para cada caso y contexto, sino que es en este caso el profesor y el

departamento de Economía quienes tendrán que ajustar el desarrollo de la materia en cada momento.

En el contexto de este trabajo, las pautas generales a seguir, dado que el ritmo de aprendizaje y las características del grupo cambian hasta bien empezado el curso (o, en algunos casos, ya comenzado el mismo si el alumno se cambia de centro por alguna circunstancia), serán las lógicas para cualquier alumnado. Se irán tanteando las particularidades de cada alumno y, en los casos necesarios, se situará al alumnado menos aventajado lo más cerca posible del profesor, en las primeras filas. Esta medida responde a que, de esa forma, mejorará la atención del alumnado y, por parte del profesor, será más fácil atender las necesidades que vayan surgiendo.

4.11. PLAN DE LECTURA

En el año 2021, entró en vigor por parte del Ministerio de Cultura y Deporte el Plan de Fomento de la lectura que se encontrará vigente hasta el año 2024 con claras posibilidades de implantarse a largo plazo. Este nuevo eje de actuación se complementa a nivel educativo con la nueva normativa LOMLOE, que indica que “El fomento del hábito y del gusto por la lectura impacta directamente y de manera positiva en la mejora de la comprensión lectora, la capacidad de expresarse, la gestión de la información, el pensamiento crítico y el aprendizaje de nuevos conocimientos.” (LOMLOE, 2022).

Asimismo, la ley contempla entre sus Principios pedagógicos que “Las administraciones educativas promoverán las medidas necesarias para que en las distintas materias se desarrollen actividades que estimulen el interés y el hábito de la lectura y la capacidad de expresarse correctamente en público.” (art. 6 LOMLOE, 2022). Este último aspecto refuerza de manera directa los objetivos de la materia de Fundamentos de Administración y Gestión en cuanto que referencia que “la redacción, presentación y defensa oral del proyecto emprendedor contribuirán a que dominen la expresión oral y escrita” (Anexo III, LOMLOE, 2022), siendo necesaria la lectura para adquirir y mejorar dichas destrezas.

En el caso de las administraciones educativas, en este caso el centro IES María Moliner, concreta su participación en el Plan de Lectura según la ley, encontrándose publicada en la web del centro todo lo relativo al mismo. Las concreciones del papel de la intervención cada departamento y materia en la misma se darán a principio de curso, por lo que actualmente no están especificadas.

No obstante, el centro da a conocer la importancia del Plan de fomento de la lectura, reseñando lo siguiente en la información que proporciona en la web del centro: “La competencia en comunicación lingüística constituye en el centro una prioridad educativa. Por ello, el objetivo de este plan es fomentar, no solo la lectura, sino la capacidad de comprensión e interpretación de textos, y la capacidad lectoescritora. De ello depende el éxito académico y el logro de las metas del alumnado.”

Por otro lado, con respecto a la conexión de la materia con el Plan de Fomento de la Lectura del centro y del Ministerio, en las situaciones de aprendizaje mencionadas previamente se encuentra una que aborda detalladamente y concreta dicho plan con varias actividades y medidas educativas. No obstante, esto no es más que un refuerzo puesto que, desde el departamento de Economía, cada materia ha de contribuir con opciones de lectura recomendadas sobre la materia a trabajar.

Todas las lecturas propuestas tienen carácter voluntario y se llevarán a la práctica fuera del aula como una forma de motivación al hábito lector. No obstante, aquellas que sean susceptibles de ser trabajadas en el aula (principalmente artículos periodísticos por su extensión), serán avisadas previamente para su lectura y trabajo y se catalogarán como obligatorias, estando recogidas en la programación de aula correspondiente.

Las lecturas propuestas se presentan en formato de digital y serán los siguientes:

Libros digitales:

- La otra clase de EMPRENDER (Sande, J. 2021).

El libro detalla a lo largo de dieciséis capítulos numerosos conceptos sobre emprendimiento. Además, incluye preguntas abiertas a debate para incentivar la reflexión.

- Mejora tu vida con las redes sociales (Baró, N. 2023)

Esta lectura incluye numerosas estrategias y herramientas para el aprovechamiento de las redes sociales desde el punto de vista del Marketing Mix y el comportamiento del consumidor.

Ambos libros se encuentran disponibles para descargar en formato Ebook gratuito en Google Play Books.

Figura 4.

Libros propuestos para el plan de fomento de la lectura desde la materia de Fundamentos de Administración y gestión.



Nota. Imágenes tomadas de Google imágenes.

Artículos periodísticos:

Los siguientes artículos periodísticos tienen una temática completamente enfocada al eje principal de la unidad didáctica, el Marketing Mix. Cada uno de ellos trabaja uno de los elementos del mismo, así como sus apartados trabajados de forma teórica en la unidad.

- La generación Z se pasa a la ropa de segunda mano: de una camisa de Ralph Lauren en el Rastro a unos Levi's en una tienda 'vintage'. (Jiménez, 2022)

Este artículo trabaja la parte del producto y el precio del Marketing Mix haciendo asimismo referencia a los estilos y hábitos de consumo emergentes en la sociedad y la sostenibilidad como una nueva perspectiva de compra.

- Cómo TikTok cambia las reglas del juego para las marcas: "De un día para otro pasé de tener tres pedidos a 200". (Jiménez, 2023)

Este artículo trabaja la parte de la comunicación y la distribución del Marketing Mix, contando un caso de éxito de emprendimiento digital.

- Anuncios sin tabúes: ¿ética o postureo? (Blanco, 2023)

Este artículo, dedicado al día de la publicidad trabaja la parte de la comunicación del Marketing Mix centrándose en las campañas de publicidad online y offline.

5. APRENDIZAJE BASADO EN PROYECTOS

La LOMLOE busca preparar a los estudiantes para los desafíos del siglo XXI dando especial valor al enfoque competencial, a la flexibilidad curricular, al uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) y, por último y como nexo de estos dos ámbitos, el aprendizaje basado en proyectos. En referencia a este último, el Decreto 40/2022 dice que “se busca fomentar la investigación y la creatividad en el bachillerato, incentivando a los estudiantes a explorar, investigar y potenciar el espíritu crítico y la capacidad de generar ideas originales a través de proyectos, trabajos de investigación y actividades que promuevan la creatividad” lo cual se desarrollará de manera óptima aplicando la metodología activa del aprendizaje basado en proyectos.

La relevancia de las metodologías activas como el aprendizaje basado en proyectos viene dada por la capacidad que aportan en el alcance de un aprendizaje significativo, fomentando habilidades como la autonomía, la responsabilidad y el autoaprendizaje, aumentando la motivación de los estudiantes, y mejorando el proceso de enseñanza-aprendizaje para llegar a un aprendizaje significativo.

Según García-Varcácel y Basilotta, el aprendizaje basado en proyectos tiene una larga trayectoria, aparece a principios del siglo XX, con una teoría constructivista en donde Dewey destacó la importancia de la experiencia en el aprendizaje, apostando por proyectos multidisciplinares que permitan al estudiante trabajar diferentes conceptos y áreas de conocimiento, dando importancia al aprendizaje social (García-Varcácel & Basilotta, 2017, como se citó en Cárdenas-Contreras et al., 2020)

El Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado del Gobierno de España (INTEF) señala la importancia de esta metodología cuando afirma que el “aprendizaje basado en proyectos es una metodología que permite a los alumnos aprender contenidos curriculares y poner en práctica competencias clave”.

Por otra parte, el Instituto Nacional de Administración Pública de la Administración General del Estado considera que el “objetivo final del aprendizaje por proyectos es ayudar a los alumnos a utilizar de manera efectiva su mente (pensamiento de orden superior; capacidad de análisis y síntesis) y sus habilidades para resolver problemas, a medida que planean y llevan a cabo proyectos interesantes y complejos”

(INAP). De esta forma, se conecta la metodología con las áreas de la LOMLOE que buscan fomentar la innovación en el ámbito educativo en el nivel de bachillerato desligándolo de la enseñanza tradicional hasta ahora aplicada.

Otras acepciones de esta metodología dan igualmente sentido al concepto de este trabajo, al insistir en el autoaprendizaje y la relación con la vida real. Así, Medina y Tapia consideran el aprendizaje basado en proyectos como “una estrategia metodológica de enseñanza aprendizaje del siglo XXI, en la cual los estudiantes son los protagonistas de la construcción de su propio aprendizaje, realizando proyectos dentro o fuera del salón de clases, permitiendo aplicar los saberes adquiridos acerca de un tema específico, practicando de esa manera el sistema conceptual para resolver los problemas de la vida real” (Medina & Tapia, 2017, como se citó en Cárdenas-Contreras et al., 2020)

Galeana (2006) considera el aprendizaje basado en proyectos como “un modelo de aprendizaje en el que los estudiantes planean, implementan y evalúan proyectos que tienen aplicación en el mundo real más allá del aula de clase” considerando que su metodología “se orienta hacia la realización de un proyecto o plan siguiendo el enfoque de diseño de proyectos. Las actividades se orientan a la planeación de la solución de un problema complejo; el trabajo se lleva a cabo en grupos; los estudiantes tienen mayor autonomía que en una clase tradicional y hacen uso de diversos recursos”

El aprendizaje basado en proyectos se aleja en gran medida de la enseñanza tradicional. Ambas son metodologías pedagógicas cuya aplicación tiene lugar en el contexto del aula, pero mientras la metodología tradicional se enfoca en el aprendizaje a través de la transmisión de conocimientos del profesor al estudiante, el aprendizaje basado en proyectos se centra en el papel activo del estudiante en su desarrollo de la habilidad autodidacta. Para ello, la metodología ABP se basa en la resolución de problemas y búsqueda de soluciones a través de la investigación, lo cual soluciona el problema que plantea la enseñanza tradicional en su dimensión memorística.

En síntesis, el aprendizaje basado en proyectos se basa en el planteamiento de desafíos o problemas a los que los alumnos deben dar respuesta mediante la investigación, la planificación, la ejecución y la presentación de un proyecto. En este caso, el proyecto es un plan de empresa en el que los alumnos tendrán que poner en marcha y gestionar una idea de negocio, proporcionando un marco estratégico y operativo para alcanzar el éxito empresarial. El enfoque que se dará al proyecto final de la asignatura será el centrado en esta metodología que será desarrollada en los

siguientes epígrafes de forma más concreta, tanto en contenidos como en su temporalización, así como en la dinámica de aplicación al proyecto de empresa de la asignatura de Fundamentos de Administración y Gestión.

La razón por la que esta metodología ha sido elegida para su aplicación en la materia de Fundamentos de Administración y Gestión son los beneficios que conlleva. “El desarrollo de la autoestima y la autonomía, la capacidad de trabajo en equipo y el progreso en las habilidades sociales que ello implica, el coaprendizaje, el aprendizaje en gestión del tiempo y el desarrollo de competencias organizativas” son algunas de las consecuencias positivas para el alumnado (Mosquera, 2019).

Soto (2021) enumera las siguientes características del aprendizaje basado en proyectos:

- Tiene como punto de partida una pregunta, desafío o problema. En este caso será el plan de empresa. La respuesta a dicho desafío se brindará a través de la investigación.
- Pone el foco en la investigación, estimula la curiosidad y genera preguntas que ayudan a los estudiantes a dar respuestas.
- Utiliza habilidades del siglo XXI como el pensamiento crítico, la comunicación y la creatividad, entre otras.
- Da la oportunidad de establecer una retroalimentación y una revisión del plan, para establecer las modificaciones y reformulaciones necesarias durante el proceso.

En cuanto a las fases a la hora de aplicar el aprendizaje basado en proyectos en la materia, es necesario resaltar que no existe unanimidad en cuanto al procedimiento de actuación. La metodología ABP puede variar dependiendo del enfoque o el modelo de referencia escogido. Sin embargo, las fases más relevantes suelen ser comunes en todos los enfoques.

En el caso de este trabajo, la estructura de fases a seguir será la que se muestra en la Figura 5.

Figura 5.

Fases de aplicación de la metodología del aprendizaje basado en proyectos.



Nota. Imagen obtenida de www.aulaplaneta.com

Para llevar a cabo el planteamiento del trabajo, se tendrán en cuenta, por un lado, las fases mostradas en la Figura 5 del método ABP, por otro, los bloques del plan de empresa propuesto mostrados en el Anexo LV, y, para la conexión y sincronía de ambos durante el curso, las actividades, tareas y situaciones de aprendizaje incluidas en cada unidad didáctica e inspiradas en los contenidos de las mismas y que tendrán su naturaleza en la metodología ABP. Es decir, para el desarrollo del plan de empresa se han planteado las fases de la metodología del aprendizaje basado en proyectos a través de múltiples actividades, estrategias y tareas incluidas en situaciones de aprendizaje. El objetivo final ha sido la creación y obtención de un proyecto como producto tangible y aplicable a la realidad.

En conclusión, dada la naturaleza de la materia y la necesidad como docentes de adaptar la metodología en las aulas a la actual ley educativa en vigor, se ha elegido

el aprendizaje basado en proyectos para el desarrollo a lo largo del curso del plan de empresa propuesto en la materia.

6. PROYECTO: PLAN DE EMPRESA

La asignatura de Fundamentos de Administración y Gestión, en su desarrollo curricular en el BOCyL, dicta en relación al proyecto del plan de empresa exigido en la asignatura, que:

- a) “Se capacitará al alumnado para determinar y localizar las oportunidades de negocio, que les permitan desarrollar una idea emprendedora, diseñar un proyecto empresarial y ponerlo en marcha”.
- b) “Esta asignatura utilizará una metodología práctica que conecte los contenidos estudiados a la realización de un proyecto de empresa”.
- c) “Se aproximará al alumnado al mundo empresarial a través del desarrollo de un proyecto emprendedor y empresarial”.

Asimismo, hace referencia a cómo contribuye el proyecto emprendedor a cada una de las competencias trabajadas tal como indica la Tabla 14.

Tabla 14.

Contribución desde el proyecto del plan de empresa al desarrollo de las competencias clave.

COMPETENCIAS CLAVE	DESARROLLO DE LA COMPETENCIA EN EL PLAN DE EMPRESA
Competencia en comunicación lingüística	Comunicación y presentación del proyecto empresarial. Supone que los alumnos presenten, a final de curso, su proyecto en una exposición al resto de la clase.
Competencia digital	Se dará a través del uso de herramientas administrativas y contables, comunicativas, y de presentación y defensa del proyecto empresarial.
Competencia personal, social y aprender a aprender	Se trabajará gracia a la propuesta de soluciones emprendedoras innovadoras a problemas y retos, todo ello dentro de un proyecto emprendedor.

Competencia emprendedora	Esta competencia se trabajará aportando elementos que permiten comprender el funcionamiento de las empresas y el perfil de la persona emprendedora durante el desarrollo del proyecto del plan de empresa.
Competencia en conciencia y expresión culturales	Se dará en la realización de presentaciones efectivas de una idea de negocio con creatividad y espíritu crítico.
Competencia matemática y competencia en ciencia, tecnología e ingeniería	Tendrá su aplicación en el estudio y el diseño de las principales áreas funcionales de la empresa dentro del proyecto del plan de empresa.

Nota. Elaboración propia a partir del Decreto 40/2022.

En conclusión, la ley contempla en múltiples apartados el desarrollo del proyecto del plan de empresa. En el siguiente punto se materializarán las indicaciones de la ley y se dará respuesta a su aplicación en el aula.

Como se ha mencionado, el núcleo central de la asignatura será el desarrollo de un proyecto o plan de empresa que les proporcione una experiencia práctica y significativa del funcionamiento del mundo empresarial y que les permita materializar los conocimientos adquiridos a lo largo de las unidades didácticas planteadas en el desarrollo de la materia. Esto se conseguirá a través de las situaciones de aprendizaje, actividades y tareas propuestas a lo largo del curso. Asimismo, la materia está planteada de forma que cada unidad tenga una correspondencia en contenidos con las partes exigidas para el desarrollo del proyecto. Esta correspondencia se muestra en el Anexo IV.

A pesar de que existen múltiples formas de abordar un plan de trabajo de esta índole, este trabajo busca desligarse de una metodología tradicional e implementar una más contemporánea que se alinee perfectamente con la nueva educación promovida por la LOMLOE.

Como se dijo en el punto 4.7, la forma de abordar dicho plan será a través de las fases de desarrollo metodológico del aprendizaje basado en proyectos. Esto conformará una guía para que los estudiantes puedan llevar a cabo las partes del plan de empresa reflejadas en el Anexo IV a través de las actividades y tareas que se plantearán en los siguientes apartados. De esta forma, la actividad 1, correspondiente a la unidad 0, tendrá su correspondencia en la aplicación del primer bloque de trabajo del plan de empresa. Las herramientas metodológicas utilizadas para que el alumnado ponga en práctica dicho bloque temático serán las que corresponden a las fases 1, 2, 3 y 4 del

desarrollo del aprendizaje basado en proyectos. La estructura de actuación a seguir será la misma durante todo el curso, de forma que las actividades y tareas desarrolladas en cada unidad didáctica se correspondan con las fases previstas en la Figura 5 para la aplicación del aprendizaje basado en proyectos.

Mantener esta estructura de actuación constante a lo largo del curso ayudará a los estudiantes a integrar y aplicar de manera efectiva los conceptos y habilidades aprendidos en cada unidad didáctica en el desarrollo de su plan de empresa, lo que fomentará un aprendizaje más significativo y relevante.

Asimismo, en cada unidad de la materia se irán planteando tareas y situaciones de aprendizaje relacionadas con la unidad tratada y cuyo objetivo será facilitar la realización del correspondiente epígrafe del plan de empresa. Estas tareas y la realización del proyecto tendrán su enfoque, como ya se ha mencionado previamente, en la metodología del aprendizaje basado en proyectos. De esta forma, mediante pequeñas tareas, los alumnos aplicarán los conceptos teóricos de cada unidad al proyecto final, el plan de empresa. El proyecto, entendido como el producto final de la materia, tendrá su fin (entrega y exposición) la última semana lectiva del curso.

En definitiva, a través del plan de empresa desarrollado durante el curso académico, los estudiantes aprenderán una gran variedad de habilidades del mundo empresarial. Esta experiencia de aprendizaje les brindará la oportunidad de desarrollar habilidades empresariales, integrar conocimientos teóricos y prácticos, fomentar el espíritu emprendedor y comprender la importancia de la gestión empresarial, en este caso, desde una perspectiva menos tradicional y más alineada con el contexto educativo actual basado en el aprendizaje competencial y las metodologías activas.

Recuérdese que el objetivo de este trabajo de fin de máster no es el desarrollo de una programación didáctica ni de una unidad didáctica, sino la explicación detallada de la puesta en práctica del diseño del plan de empresa en la materia Fundamentos de Administración y Gestión siguiendo la metodología del aprendizaje basado en proyectos. Con esta idea en mente, lo que se hará en los siguientes apartados es desarrollar las actividades y situaciones de aprendizaje que llevarán al planteamiento del plan de empresa a desarrollar en esta materia como producto final del aprendizaje basado en proyectos desarrollado a lo largo de todo el curso.

Para ello, en primer lugar, se recoge en la Tabla 15 la distribución temporal de las actividades y situaciones de aprendizaje que forman parte del desarrollo del plan de empresa y su vinculación con las unidades didácticas planteadas en la programación

didáctica. En la impartición de la materia se llevarán a cabo otras actividades y tareas conducentes al desarrollo de capacidades y competencias no directamente vinculadas con el plan de empresa. En general, las actividades y tareas recogidas en la Tabla 15 se llevarán a cabo en la última sesión de la unidad docente correspondiente.

Tabla 15.

Relación de tareas y actividades propuestas por evaluación y sesiones empleadas.

Unidad trabajada	Tarea/Situación de aprendizaje en la que se trabaja	Sesión/Tiempo
PRIMERA EVALUACIÓN		
UNIDAD 0	Actividad 1 (Fases 1,2,3,4 del proyecto)	1 sesión/50 minutos
UNIDAD 1	S.A.2 – Tarea 2	1 sesión/50 minutos + trabajo fuera del aula
UNIDAD 2	Actividad 2	1 sesión/50 minutos
UNIDAD 3	S.A.1 – Tarea 1	1 sesión/50 minutos
SEGUNDA EVALUACIÓN		
UNIDAD 4	S.A.3 – Tarea 2	1 sesión/ 50 minutos
UNIDAD 5	Actividad 3	2 sesiones /100 minutos + trabajo fuera del aula
UNIDAD 6	Actividad 3	2 sesiones /100 minutos + trabajo fuera del aula
TERCERA EVALUACIÓN		
UNIDAD 7	Actividad 3	2 sesiones /100 minutos + trabajo fuera del aula
UNIDAD 8	Actividad 2	1 sesión/50 minutos

6.1. SITUACIONES DE APRENDIZAJE

El desarrollo de las cuatro situaciones de aprendizaje que se plantearán a continuación seguirá el esquema marcado por la legislación. Este tendrá una situación de partida relacionada con un reto o problemática del mundo real, seguida de la tarea diseñada (que contendrá todos los aspectos fundamentales del currículo) y, por último, el producto final en el que se concreten las tareas que darán forma al proceso de enseñanza-aprendizaje y que son parte fundamental de la situación de aprendizaje pensada.

Cada una de las situaciones de aprendizaje está diseñada teniendo en cuenta el contexto del centro y del alumnado, así como la normativa legal en vigor para el curso 2023/2024. La actual LOMLOE contempla cuatro horas lectivas por semana para la materia a tratar, así como una carga especialmente transversal con la materia de Economía de la Empresa como materia troncal y obligatoria de la misma modalidad de bachillerato a la que pertenecen ambas, el de Ciencias Sociales.

Por último, todas las situaciones de aprendizaje han sido cuidadosamente diseñadas para estar relacionadas y trabajar todos los contenidos transversales marcados por ley.

La primera situación de aprendizaje está estrechamente vinculada con “tareas que fomentan el interés y hábito por la lectura”.

La segunda situación de aprendizaje, incide en “las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), y su uso responsable”.

Por último, la tercera situación de aprendizaje está relacionada con “la educación para la convivencia escolar proactiva orientada al respeto de la diversidad como fuente de riqueza” y “la transmisión al alumnado de los valores y oportunidades de la Comunidad de Castilla y León como una opción favorable para su desarrollo personal y profesional”.

De esta forma, se garantiza que los contenidos que se encuentran fuera del temario sean, además de relacionados con el mismo, constructivos para el alumnado y en línea con la ley. Asimismo, en el epígrafe número doce se puede ver cuál o cuáles, además de las anteriores, se trabajan en cada situación de aprendizaje.

6.1.1. Primera situación de aprendizaje: ¿Qué tienen en común la literatura y el marketing?

En la actualidad nos encontramos inmersos en la era digital, donde las tecnologías han conquistado cada aspecto de nuestras vidas. Una de las consecuencias más notables de esta revolución tecnológica ha sido la preocupante disminución del hábito de lectura en los jóvenes.

En los últimos años, la atracción por la lectura se ha visto desplazada por la aparición de las redes sociales y las tecnologías. El Barómetro de Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España 2021, registra como a partir de los quince años se produce una notable caída de la proporción de lectores frecuentes en su tiempo libre. (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2021).

Pero, ¿cómo se puede revertir, en la medida de lo posible, esta situación? Colaborando con el Plan de Fomento de la Lectura del centro, y con la contextualización propia de la unidad didáctica objeto de este trabajo, se intentará dar un nuevo sentido a ambas vertientes como forma de motivación.

Es fundamental reconocer la importancia de fomentar el hábito de la lectura entre los jóvenes. La lectura promueve el desarrollo del pensamiento crítico, la empatía y la creatividad. Esta situación de aprendizaje tendrá como objetivo encontrar un equilibrio entre la tecnología y la lectura, aprovechando los beneficios de ambas para cultivar una sociedad informada y reflexiva.

Así pues, para incentivar la dimensión motivacional de esta situación de aprendizaje en el alumnado, se desarrollarán varias tareas que relacionen la lectura con temas de actualidad para los jóvenes para mostrarles una cara más amable y actual de la misma, que haga que pierdan la imagen de la lectura como algo aburrido y carente de conexión con los temas que envuelven su día a día (feminismo, deportes, redes sociales...). Asimismo, se podrán encontrar tareas propuestas que conecten de manera directa con el plan de empresa propuesto como proyecto de final de curso, en el que podrán aplicar las herramientas aprendidas.

En la Tabla 16 se recoge la situación de aprendizaje número 1 siguiendo el modelo planteado por la Junta de Castilla y León en la guía para la elaboración de la programación didáctica en la etapa de bachillerato.

Tabla 16.

Primera situación de aprendizaje propuesta.

SITUACIÓN DE APRENDIZAJE 1				
Título de la situación de aprendizaje	¿Conoces el marketing literario?			
Contextualización	Contextualización: Esta situación de aprendizaje se fundamenta en el Plan de Lectura. Para ello, se llevarán a cabo tareas que relacionen el sector literario con las áreas de la empresa que se encargan de fomentarlo, haciendo especial hincapié en la comunicación de las campañas publicitarias de la misma. Además, se pondrá atención en uno de los temas a tratar en la etapa, la igualdad, valorando y dando un sentido crítico a la mujer en el sector.			
Fundamentación curricular				
Competencias específicas	Criterios de evaluación	Indicadores de logro	Descriptorios operativos	Objetivos de etapa
CE.5	5.2	5.2.1	CCL1, CCL3, CD2, CD4, CPSAA1.1, CCEC1	Art. 7 del Real Decreto 243/2022, de 5 de abril: a), b), c), d), e), h), k), l)
		5.2.2		
CE.5	5.3	5.3.1	CCL1, CCL3, CD1, CD2, CD3, CD4	Art. 7 del Real Decreto 243/2022, de 5 de abril: a), b), c), d), e), h), k), l)
		5.3.2		
Contenidos del área/materia		Contenidos de carácter transversal		
<ul style="list-style-type: none"> - El Marketing Mix - La comunicación. - Plan de Fomento de la Lectura del centro 		2. Desde todas las materias se trabajarán las técnicas y estrategias propias de la oratoria que proporcionen al alumnado confianza en sí mismo, gestión de sus emociones y mejora de sus habilidades sociales. Asimismo, se desarrollarán tareas que fomenten el interés y el hábito de lectura, así como destrezas para una correcta expresión escrita.		

Aprendizaje interdisciplinar: La situación de aprendizaje se relaciona con la materia de Lengua y Literatura.					
Planificación de actividades y tareas					
Actividades o tareas	Método	Espacio	Agrupamiento	Tiempo	Material
TAREA 1					
Análisis campañas de comunicación del sector de la lectura.	Aprendizaje cooperativo	Aula habitual	4 alumnos por grupo	1 sesión (50 min)	Papel y bolígrafo. Apuntes de la materia.
TAREA 2					
Debate sobre el caso “Carmen Mola”: ¿Crees que es ético el caso “Carmen Mola”?	Aprendizaje basado en proyectos	Aula habitual	10-15 alumnos por grupo (máximo dos grupos)	1 sesión (50 min)	Informe con argumentaciones para el debate según la postura
Proceso de evaluación del alumnado					
Instrumento de evaluación 1: Tarea grupal sobre el análisis campañas de comunicación del sector de la lectura.					
Indicadores de logro	Calificación	Agente (herramienta)		Momento	
5.2.1	50%	Heteroevaluación (100%)		Al finalizar la primera tarea	
5.2.2	50%	Heteroevaluación (100%)		Al finalizar la primera tarea	
Instrumento de evaluación 2: Participación activa en el debate independientemente de su resultado.					
Indicadores de logro	Calificación (%)	Agente (herramienta)		Tiempo	
5.3.1	50%	Coevaluación (33%) Autoevaluación (33%) Heteroevaluación (33%)		Al final la tercera tarea o la situación de aprendizaje	
5.3.2	50%	Coevaluación (33%) Autoevaluación. (33%) Heteroevaluación(33%)		Al final la tercera tarea o la situación de aprendizaje	

Tarea 1. Campañas de comunicación en el sector literario: Lionel Messi e Iker Casillas.

Esta tarea, vincula el Plan de Fomento de la Lectura del centro con la dimensión comunicativa y publicitaria del Marketing Mix, presente en el temario de la materia en la unidad número 3. Para el desarrollo de la sesión que ocupa esta tarea, será necesario que, por un lado, los alumnos sean conocedores del Plan del centro (de lo cual serán informados por el mismo a inicios de curso), así como de qué implica el análisis publicitario.

La sesión comenzará explicando que un análisis publicitario trata de evaluar las características de un anuncio (qué objetivos tiene, cómo los consigue, con qué medios...). Previamente, se habrán tratado los contenidos teóricos del Marketing Mix en el aula, especialmente de la dimensión de la comunicación.

A partir de las siguientes imágenes de las Figuras 4 y 5 pertenecientes a dos campañas publicitarias que buscan incentivar el hábito de la lectura, los alumnos responderán a las preguntas que se mostrarán a continuación de las mismas. Posteriormente, se pondrán en común las respuestas.

Figura 6.

Campaña publicitaria de fomento de la Lectura para El Salvador por parte de Leo Messi.



Nota. Imagen obtenida de Google imágenes.

Figura 7.

Campaña publicitaria de fomento de la lectura infantil. Año 2008.



Nota. En la figura vemos cómo el Real Madrid junto con el Ministerio de Cultura lanza la promoción “Causa Justa” por el fomento de la lectura infantil. En la imagen, vemos a Iker Casillas defendiendo la máxima “si lees, nadie te meterá un gol”. Imagen obtenida de Google imágenes.

Preguntas propuestas para la tarea:

1. ¿Qué objetivo pretende conseguir esta campaña?
2. ¿A qué público objetivo crees que va dirigida?
3. ¿Qué respuesta buscan en su público?
4. ¿A través de que canal o canales de comunicación se ha difundido la campaña?
5. ¿Qué mensaje crees que busca transmitir?
6. ¿Cuál es el slogan de la campaña?
7. ¿Qué inspira la tipografía y los colores de la imagen? ¿Qué crees que inspira cada uno de ellos?
8. ¿Qué aspectos del anuncio cambiarías?

Tras finalizar la tarea, los alumnos serán capaces de reconocer las partes de un análisis publicitario. Asimismo, podrán aplicar dichas partes del análisis a la creación de su propio anuncio publicitario para el proyecto final de la materia, el plan de empresa, e incluirlo en el apartado de marketing del mismo.

Por último, habrán tenido un primer acercamiento a la literatura desde un contexto comunicativo, lo cual será una forma más de incentivar el gusto y la atracción por el hábito de la lectura.

Tabla 17.

Temporalización de la primera tarea de la primera situación de aprendizaje.

S.A. 1 - TAREA 1 ANÁLISIS CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN DEL SECTOR DE LA LECTURA.	TEMPORALIZACIÓN
Utilización de preguntas abiertas para vincular la actividad con el plan de lectura y con la estrategia de comunicación publicitaria.	10 minutos
Explicación del concepto de análisis publicitario sus partes	5 minutos
Desarrollo de la actividad. Contestación de preguntas y análisis de las campañas presentadas.	40 minutos

Tarea 2. Debate. ¿Crees que es ético el caso “Carmen mola”? ¿es una campaña de marketing?

El objetivo de la tarea es, además de ahondar en el mundo literario a partir de los protagonistas del Premio Planeta de 2021, discernir si es una campaña de marketing para atraer lectores y si es ético hacerlo. Asimismo, a través de las preguntas del debate que servirán para dirigir el mismo, se buscará reflexionar sobre el papel de la mujer en la industria literaria como contribución al Plan de Fomento de la Lectura del centro.

El debate se dará en torno al caso Carmen Mola, una autora de novelas negras que en realidad seudónimo tras el que se encuentran tres hombres. Su trilogía ganó el Premio Planeta en 2021, hecho tras el que se desataron acusaciones de misoginia y violencia hacia las mujeres en sus obras, generando un debate sobre los límites éticos

en la escritura. Esta controversia ha dividido a la comunidad literaria y generado discusiones sobre la libertad artística y sobre la estrategia de marketing que se especulan se encuentra detrás del seudónimo.

Antes del inicio del debate, los alumnos deberán leer una noticia publicada en el Washington Post que explica el caso de “Carmen Mola”. (Ramírez, 2021)

Los alumnos, tras conocer el caso a debatir, serán divididos en dos grupos. Uno a favor de la actuación de los autores bajo el seudónimo y las consecuencias que esto ha generado, y otro en contra. El profesor tomará el papel de moderador dando el turno a cada uno de los participantes

Estructura propuesta para el desarrollo del debate y normas a seguir:

1. Participantes:

- Tendrán la consideración de participantes los miembros elegidos de la clase de segundo de bachillerato.
- Cuatro participantes tendrán la condición de jurado.
- El profesor tendrá la condición de moderador.
- Uno de los integrantes de cada equipo ostentará la condición de capitán que presentará el equipo ante la organización. Cualquier reclamación que el equipo considere oportuna, deberá hacerla él.
- Ningún participante podrá formar parte de más de un equipo a lo largo del presente debate. Los miembros de cada equipo deberán utilizar una indumentaria adecuada para un acto académico y público.

2. Los equipos se formarán con un número de alumnos que conformen la mitad de la clase y dentro del cual haya un capitán.

3. El debate:

- En cada debate se enfrentarán dos equipos. Un equipo defenderá la postura “A Favor” y el otro, la postura “En Contra”.
- La postura que se elegirá por sorteo.
- Las intervenciones tendrán el orden y duración recogido en la Tabla 17.
- En los turnos de exposición inicial el orador hará una breve presentación de los argumentos que su equipo desarrollará a lo largo del debate. Durante las refutaciones los oradores deberán contestar los argumentos del otro equipo con los suyos propios, argumentando su posición.

- En las conclusiones el equipo en uso de la palabra hará un resumen o balance de lo acontecido en el debate, potenciando tanto los puntos fuertes de la argumentación de su equipo como los débiles del equipo contrario.
- En ningún caso se le permitirá añadir datos o argumentos nuevos o de nueva noticia.
- Durante los turnos de refutación los equipos no podrán interrumpir al orador que está en el uso de la palabra.

Por otro lado, algunas de las preguntas que se irán haciendo durante el debate para dinamizarlo y activarlo son:

- ¿Creéis que esta actuación ha beneficiado o perjudicado a los autores reales de la trilogía?
- ¿Por qué creéis que han actuado así? ¿Creéis que ha formado parte de una estrategia empresarial o de marketing?
- ¿Cómo calificaríais esta actuación? ¿Creéis que es ético? ¿Lo consideraríais machista?
- ¿Qué finalidad creéis que buscaban? ¿Notoriedad en los medios? ¿Más ventas?

4. Resultados del debate y valoración:

- El jurado elegirá mediante su veredicto al equipo ganador.
- Además, cada equipo recibirá una puntuación numérica, a efectos de dirimir posibles empates.
- Para la valoración del ganador, los jueces tendrán en cuenta:
 - a. Que las intervenciones estén orientadas a responder a la pregunta del debate.
 - b. La variedad de los argumentos empleados en el debate.
 - c. El empleo de evidencias exactas y rigurosas.
 - d. La capacidad para adaptarse al debate y debilitar los argumentos de la postura contraria.
 - e. El uso adecuado de los turnos y los tiempos.

La finalidad del debate será la de que cada alumno, de manera individual, desarrolle una parte (a favor o en contra) y escuche la parte contraria. A partir de esa premisa, podrá desarrollar con mayor criterio una opinión propia sobre el caso tratado.

Tabla 18.*Propuesta de desarrollo del debate*

¿Crees que es ético el caso “Carmen Mola”? -SECUENCIA DE DESARROLLO DEL DEBATE-	
Postura a favor	Postura en contra
FASE 1 – INTRODUCCIÓN AL DEBATE	
Equipo 1. Exposición inicial: 3 minutos	Equipo 2. Exposición inicial: 3 minutos
FASE 2 – ARGUMENTACIONES I	
Equipo 1. Refutación: 2 minutos	Equipo 2. Refutación: 2 minutos
FASE 3 – ARGUMENTACIONES II	
Equipo 1. Refutación: 2 minutos	Equipo 2. Refutación: 2 minutos
FASE 4 - CONCLUSIONES	
Equipo 2 Conclusión: 3 minutos	Equipo 1. Conclusión: 3 minutos

Nota. Tabla elaborada a partir del dossier de debates del Colegio de Economistas de Valladolid.

Tabla 19.*Temporalización de la segunda tarea de la primera situación de aprendizaje.*

S.A.1 – TAREA 2 DEBATE ¿CREES QUE ES ÉTICO EL CASO “CARMEN MOLA”? ¿ES UNA CAMPAÑA DE MARKETING?	TEMPORALIZACIÓN
Lectura de la noticia. Desarrollo de argumentos a favor o en contra.	30 minutos (fuera de las horas lectivas)
Introducción a la actividad. Colocación del aula en (sillas en posición enfrentada).	10 minutos
Desarrollo del debate	40 minutos

6.1.2. Segunda situación de aprendizaje: ¿Cómo ser expertos en marketing digital gracias a Google?

Es evidente que el alumnado está sobradamente familiarizado con el uso de las TIC y las redes sociales (RRSS). Asimismo, estos alumnos a los que se les presentará esta situación de aprendizaje pertenecen a la Generación Z, la única que ha nacido con las tecnologías plenamente desarrolladas y que no ha tenido que incorporarlas a su vida en ningún otro momento más que a partir de su nacimiento.

Debido a que son la generación más digitalizada, se tiene la creencia de que son los que mejor conocen las tecnologías, pero, ¿realmente conocen lo que las tecnologías saben de ellos? ¿o lo que ellos pueden averiguar gracias a ellas? La dimensión motivacional de esta situación de aprendizaje será por tanto la de relacionar el entorno digital que tan presente está en su día a día, con la aplicación real del mismo en la adquisición de conocimientos relacionados con la función comercial de la empresa.

El objetivo será conocer las implicaciones del marketing, en especial el marketing digital, así como las de la investigación de mercados en aspectos de su vida como es la publicidad que reciben. Para ello, se llevarán a cabo varias cuyo resultado será aplicable al plan de empresa propuesto como proyecto de final de curso, ya que tendrán la opción de utilizar las herramientas y estrategias mostradas en cada tarea para el plan de marketing del producto o servicio que elijan.

Por lo tanto, esta situación de aprendizaje estará compuesta de tareas aplicables durante la explicación teórica de la unidad, así como otras que tendrán su aplicación práctica durante las sesiones reservadas al desarrollo del plan de empresa.

Como en la situación de aprendizaje número 1, en primer lugar, se expone el esquema planteado para esta situación de aprendizaje siguiendo el modelo planteado por la Junta de Castilla y León en la guía para la elaboración de la programación didáctica en la etapa de bachillerato en la Tabla 18.

Tabla 20.

Segunda situación de aprendizaje propuesta.

SITUACIÓN DE APRENDIZAJE 2					
Título de la situación de aprendizaje	¿Cómo ser expertos en marketing digital gracias a Google?				
Contextualización	Esta situación de aprendizaje se fundamenta en las Tecnologías de la Información y comunicación como una herramienta básica para el desarrollo y el aprovechamiento del Marketing.				
Fundamentación curricular					
Competencias específicas	Criterios de evaluación	de	Indicadores de logro	Descriptorios operativos	Objetivos de etapa
CE.1	1.2		1.2.1	CCL3, STEM4, CD1, CD3, CPSAA4, CE1	Art. 7 del Real Decreto 243/2022, de 5 de abril: a), e), g), i), j), k)
			1.2.2		
CE.1	1.3		1.3.1	CCL3, CD3, CE1, CE3	Art. 7 del Real Decreto 243/2022, de 5 de abril: a), e), g), i), j), k)
			1.3.2		
			1.3.3		
Contenidos del área/materia		Contenidos de carácter transversal			
<ul style="list-style-type: none"> – El Marketing Mix – Las TIC – La investigación de mercados 		<p>1. En todas las materias de la etapa se trabajarán las Tecnologías de la Información y la Comunicación, y su uso responsable, así como la educación para la convivencia escolar proactiva orientada al respeto de la diversidad como fuente de riqueza.</p> <p>2. Igualmente, desde todas las materias se trabajarán las técnicas y estrategias propias de la oratoria que proporcionen al alumnado confianza en sí mismo, gestión de sus emociones y mejora de sus habilidades sociales. Asimismo, se desarrollarán tareas que fomenten el interés y el hábito de lectura, así como destrezas para una correcta expresión escrita.</p>			
Aprendizaje interdisciplinar: La situación de aprendizaje se relaciona con la materia de Economía de la Empresa.					

Planificación de actividades y tareas					
Actividades o tareas	Método	Espacio	Agrupamiento	Tiempo	Material
TAREA 1	Aprendizaje por descubrimiento	Aula habitual	Individual	1 sesión (50 min)	Smartphone con conexión a internet.
¿Qué sabe Google sobre mí?					
TAREA 2	Aprendizaje basado en proyectos	Aula habitual (explicación) y fuera del aula	Grupos de cuatro personas	1 sesión (50 min)	Ordenador con conexión a internet.
¿Conoces Google Forms?					
TAREA 3	Aprendizaje por descubrimiento	Aula habitual	Individual	1 sesión (50 min)	Ordenador con conexión a internet.
¿Cómo convertimos en anunciantes?					
Proceso de evaluación del alumnado					
Instrumento de evaluación 1: Infografía sobre los resultados de la tarea 1 y 3					
Indicadores de logro	Calificación	Agente (herramienta)		Momento	
1.2.1	50%	Heteroevaluación (100%)		Al finalizar las tareas	
1.2.2	50%	Heteroevaluación (100%)		Al finalizar las tareas	
Instrumento de evaluación 2: Presentación oral y grupal de los resultados de la segunda tarea.					
Indicadores de logro	Calificación (%)	Agente (herramienta)		Tiempo	
1.3.1	33%	Heteroevaluación (100%)		Al final la segunda tarea	
1.3.2	33%	Heteroevaluación (100%)		Al final la segunda tarea	
1.3.3	33%	Heteroevaluación (100%)		Al final la segunda tarea	

Tarea 1. ¿Qué sabe Google sobre mí?

Se comenzará la sesión explicando por qué Google recopila información y dibuja un perfil de cada uno de sus usuarios al usar sus servicios. Es esencial que las empresas conozcan los intereses de los consumidores (en este caso a través de la tarea que realizan en sus búsquedas en internet) para mostrar un tipo de anuncio u otro. Esto es la segmentación de los anunciantes que hace Google en función de la información que recopila de cada persona.

Figura 8.

Ejemplo de cuenta de Google con la personalización de anuncios activada



Nota. Imagen obtenida de Google imágenes

De manera individual, y únicamente con el móvil, se hará la búsqueda del perfil de Google. Para ello, se facilitará un enlace web al alumnado que les dirigirá a la pestaña de personalización de anuncios desde donde, siguiendo unos pasos, llegarán fácilmente a su perfil de usuario. En dicho perfil se les mostrarán las características que Google cree que son más cercanas a ellos (intereses, edad, sexo...).

Figura 9.

Resultado de la tarea: Ejemplo de perfil personal de Google.



Nota. Imagen obtenida de Google imágenes

Es importante resaltar al alumnado el objetivo de las empresas a la hora de recopilar información sobre sus usuarios. La función comercial de la empresa contempla la segmentación del mercado de consumidores como una herramienta para maximizar sus beneficios en base a ofrecer a cada consumidor lo que puede necesitar en cada momento.

Cada alumno mostrará y explicará al resto en qué medida Google ha dibujado un buen perfil de usuario (más o menos cercano a la realidad) a través de una metodología expositiva en el aula y cómo cree que le afecta en la publicidad que recibe.

Tabla 21.

Temporalización de la primera tarea de la segunda situación de aprendizaje.

S.A.2 – ACTIVIDAD 1 ¿QUÉ SABE GOOGLE SOBRE MÍ?	TEMPORALIZACIÓN
Lluvia de ideas sobre los conceptos de segmentación, personalización de anuncios y recopilación de datos para saber el punto de partida de los conocimientos de la actividad.	15 minutos
Presentación y explicación de la actividad Desarrollo individual de la actividad	15 minutos
Presentación de resultados y conclusiones ¿ha acertado Google con mi perfil?	20 minutos

Tarea 2. ¿Conoces Google Forms?

El planteamiento de esta tarea forma parte de la realización del plan de empresa propuesto como proyecto de final de curso. La utilidad de esta herramienta será que los alumnos puedan realizar un cuestionario para averiguar qué tipo de enfoque han de dar a la idea de negocio de su empresa. A partir de la información obtenida, podrán elegir el producto/servicio a ofertar, el nombre de la empresa, el slogan....

Los pasos a seguir para la realización del formulario se ilustran en la Figura 10.

Para llevar a cabo esta tarea, los alumnos, en grupos de cuatro personas (los correspondientes al grupo de trabajo del plan de empresa), deberán tener una cuenta de Google que utilizarán exclusivamente para el trabajo y que habrán creado previamente. Este grupo ya quedará constituido como los promotores de la idea de negocio del plan de empresa, lo cual formará parte junto con lo anterior de la unidad número 1 en su aportación al trabajo realizado del proyecto.

Los siguientes pasos corresponden a la realización del formulario de Google.

Paso 1. Se comienza accediendo a la plataforma Google Drive a través de la cuenta de Google de cada grupo de alumnos. Posteriormente, irán a “nuevo” para la creación de un nuevo formulario de Google (nuevo → formulario Google → formulario en blanco).

Paso 2. Una vez estén dentro de la herramienta de creación de formularios, se explicará la utilidad de cada una de las opciones que ofrece la herramienta.

Paso 3. Comenzarán a trabajar en su formulario dando un título. Posteriormente, comenzarán a formular las preguntas que consideren. Se recomienda que no se superen las 10 preguntas, y que éstas tengan variedad de opciones de respuesta.

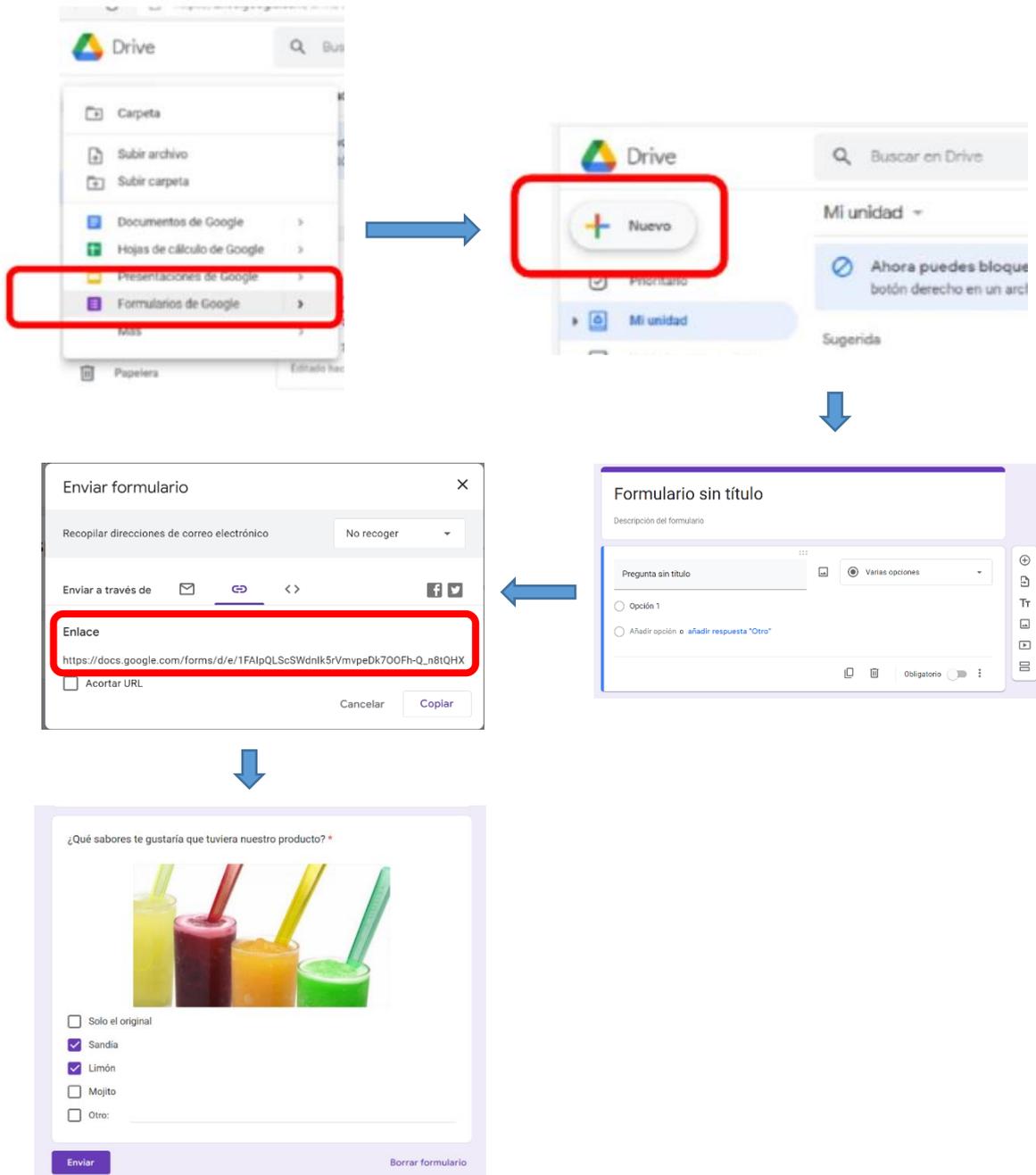
Paso 4. Una vez finalizado el formulario, en el que también tendrán opciones de personalización y presentación (colores, formas, imágenes adjuntas...) se procederá a crear un enlace público y a su difusión para la recopilación de respuestas.

Paso 5. Una vez hayan recopilado una muestra representativa de respuestas (se recomiendan en torno a 60), descargarán los datos obtenidos.

Paso 6. A partir de las respuestas descargadas, se podrá ver que tendencia siguen los potenciales consumidores del producto/servicio objeto de su plan de empresa. Aplicarán dichas conclusiones al trabajo, concretamente en el apartado de Marketing Mix.

Figura 10.

Secuencia de los pasos para la creación de un cuestionario de Google Forms.



Nota. En estas imágenes se detallan los pasos a seguir para llevar a cabo la creación del cuestionario, así como un ejemplo del cuestionario final.

Tabla 22.

Temporalización de la segunda tarea de la segunda situación de aprendizaje.

S.A.2 – TAREA 2 ¿CONOCES GOOGLE FORMS?	TEMPORALIZACIÓN
Explicación del objetivo de la actividad y su vinculación con el plan de empresa. ¿Cómo podemos aplicar la actividad a nuestro trabajo?	10 minutos
Explicación de los pasos a seguir de la actividad	15 minutos
Trabajo autónomo por grupos. La actividad será completada fuera del aula en caso de ser necesario.	30 minutos

Tarea 3. ¿Cómo convertirnos en anunciantes?

El objetivo principal de esta tarea es ahondar en la dimensión práctica de la comunicación dentro del Marketing Mix, más específicamente en la dimensión publicitaria. Para ello, se pondrá en práctica una campaña publicitaria aplicable al plan de empresa propuesto con las herramientas que ofrece Google Ads.

Los alumnos deberán usar, de nuevo, la cuenta de Gmail grupal. La tarea será explicada y llevada a cabo en el aula de informática y se temporalizará dentro de las sesiones reservadas para el proyecto del plan de empresa.

Los pasos a seguir en la realización de esta tarea serían los siguientes:

Paso 1. Se iniciará sesión en la cuenta de Google Ads. Posteriormente, en el menú, se hará clic siguiendo la siguiente secuencia: campañas → nueva campaña.

Paso 2. Los alumnos tendrán que seleccionar el objetivo publicitario de la campaña (en función de lo que quieran conseguir con el dentro del contexto de su plan de empresa). Los objetivos disponibles se ven en la Figura 11.

Paso 3. Los alumnos tendrán que seleccionar el tipo de campaña. Se recomienda elegir una campaña de búsqueda para que se muestre el producto en la búsqueda de Google en el momento oportuno a los clientes.

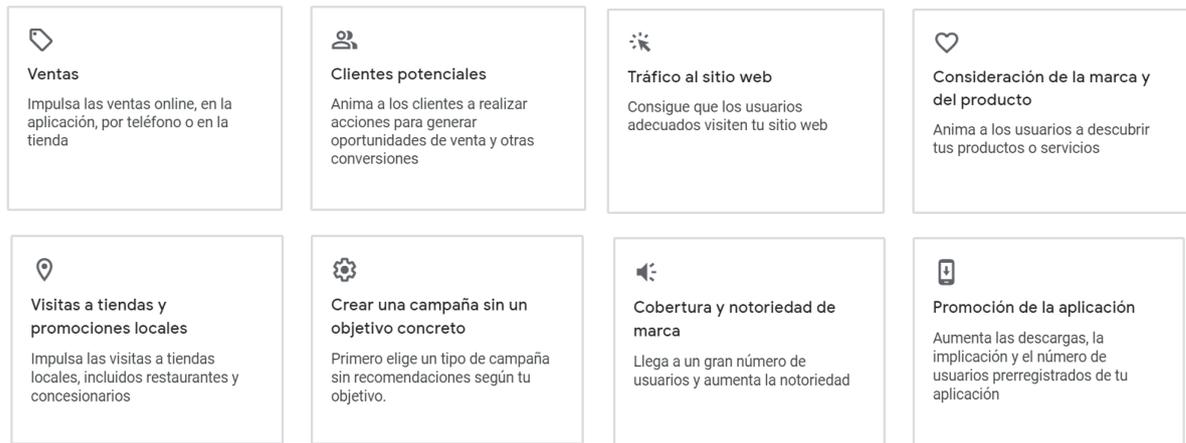
Paso 4. Se seleccionarán algunas opciones como se muestra en la Figura 12.

Paso 5. Se diseñará el anuncio dando títulos de llamada a la acción (obtención de clic) e información de la empresa y productos y servicios. En la siguiente figura se

puede ver un ejemplo de cómo debería ser el anuncio si la empresa fuera una empresa de muebles. Finalmente, se publicaría el anuncio similar al de la Figura 13.

Figura 11.

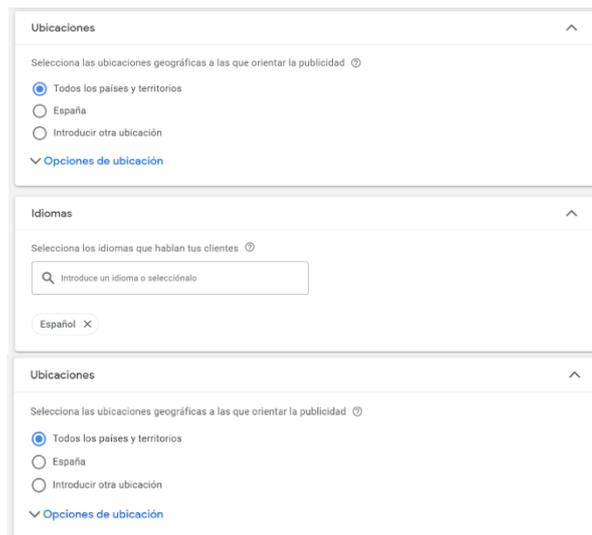
Tipos de objetivos publicitarios disponibles en la herramienta de Google Ads.



Nota. Imagen obtenida de Google Ads.

Figura 12.

Opciones de selección en el diseño de un anuncio en Google Ads.



Nota. Imagen obtenida de Google Ads.

Figura 13.

Ejemplo de anuncio realizado y publicado con Google Ads.



Nota. Imagen obtenida a partir de Google Ads.

Una vez realizados todos los pasos anteriores, se incorporará la información y el anuncio al plan de empresa de cada grupo de alumnos. Una vez publicado el anuncio, los estudiantes podrán optar a visualizar determinadas estadísticas e informes que les indiquen cómo deberían mejorar su anuncio en función del objetivo que han elegido inicialmente.

Tabla 23.

Temporalización de la tercera tarea de la segunda situación de aprendizaje.

S.A.2 – TAREA 3 ¿CÓMO CONVERTIRNOS EN ANUNCIANTES?	TEMPORALIZACIÓN
Introducción teórica y vinculación de la actividad con el plan de empresa y con la estrategia de comunicación publicitaria.	10 minutos
Explicación de los pasos a seguir de la actividad y presentación de la herramienta Google Ads.	10 minutos
Trabajo autónomo por grupos. Obtención del anuncio	35 minutos

6.1.3. Tercera situación de aprendizaje: Construcción de una cesta con finalidad solidaria y productos locales y sostenibles.

En un instituto donde el absentismo está a la orden del día, los últimos días previos a las vacaciones escolares, este se acentúa. Es por ello que, desde el centro y desde los respectivos departamentos se han de poner en práctica medidas que integren al alumnado en tareas que les hagan sentir parte activa de la construcción de su centro educativo.

En este caso, se busca la participación activa en un proyecto común con una finalidad solidaria, la donación de beneficios siendo el objetivo evitar el absentismo los días previos a las vacaciones escolares.

Esta experiencia de aprendizaje motivará al alumnado desde varias vertientes: les dará la oportunidad de desarrollar habilidades de investigación, trabajo en equipo, planificación estratégica y conciencia social. Además, sensibilizará en los hábitos de consumo responsables y el apoyo a la economía de Castilla y León. Esto se verá materializado con el estilo de productos que compondrán la cesta, que serán, por un lado, sostenibles y, por otro, procedentes de o fabricados en la CCAA de Castilla y León. La vinculación de esta situación de aprendizaje se da con el área de aprovisionamiento de la empresa, tema tratado en la materia en la unidad 4, así como, en menor medida, con el área de comunicación de la empresa, tratado en la unidad 3.

Asimismo, la situación de aprendizaje planteada busca celebrar los días previos al periodo navideño, sin vinculación concreta con ninguna fiesta de cualquier origen, sino simplemente como la celebración de un evento previo a las vacaciones escolares con las orientaciones transversales que marca la ley, principalmente, la transmisión al alumnado de los valores y oportunidades de la Comunidad de Castilla y León como una opción favorable para su desarrollo personal y profesional.

Los alumnos construirán la cesta, promoverán la venta de papeletas para su sorteo y elegirán en consenso una causa de su gusto a la que destinar el beneficio.

Tabla 24.

Tercera situación de aprendizaje propuesta.

SITUACIÓN DE APRENDIZAJE 3				
Título de la situación de aprendizaje	Construcción y sorteo de una cesta de Navidad			
Contextualización	Creación conjunta de una cesta de Navidad con productos típicos de Castilla y León, así como productos ecológicos o de kilómetro 0. Posterior sorteo y donación del dinero a una causa social elegida en conjunto.			
Fundamentación curricular				
Competencias específicas	Criterios de evaluación	Indicadores de logro	Descriptorios operativos	Objetivos de etapa
CE.1	1.4	1.4.1	CCL3, CD1, CD3, CPSAA4, CC4, CE1, CE3	Art. 7 del Real Decreto 243/2022, de 5 de abril: a), b), e), h), j), k), o)
		1.4.2		Art.6 Decreto 40/2022 de 29 septiembre (Castilla y León): a), b), c)
		1.4.3		
CE.6	6.1	6.1.1	CCL3, CPSAA4, CC4, CE1, CE2, CE3	Art. 7 del Real Decreto 243/2022, de 5 de abril: a), h), j), k), o)
		6.1.2		Art.6 Decreto 40/2022 de 29 septiembre (Castilla y León): a), b), c)
		6.1.3		
Contenidos del área/materia		Contenidos de carácter transversal		
<ul style="list-style-type: none"> - El producto. - El precio. 		4. Garantizar la transmisión al alumnado de los valores y oportunidades de la Comunidad de Castilla y León como una opción favorable para su desarrollo personal y profesional.		

Aprendizaje interdisciplinar: La situación de aprendizaje se relaciona con la materia de Economía de la Empresa.					
Planificación de actividades y tareas					
Actividades o tareas	Método	Espacio	Agrupamiento	Tiempo	Material
TAREA 1					
Tarea introductoria. ¿Qué productos sostenibles conoces? ¿Cuáles son los productos locales de Castilla y León?	Clase magistral.	Aula habitual	Individual	1 sesión (50 min)	Papel y bolígrafo. Apuntes de la materia.
TAREA 2					
Construimos una cesta solidaria. (Recogida y clasificación de producto) (Construcción de la cesta.)	Aprendizaje cooperativo	Aula habitual	Grupos de cuatro personas	1 sesión (50 min)	Cesta
TAREA 3					
Sorteo de la cesta, recuento de beneficios y elección de la asociación para la donación.	Aprendizaje basado en proyectos	Aula habitual	Toda la clase en conjunto	1 sesión (50 min)	Ordenador con conexión a internet.
Proceso de evaluación del alumnado					
Instrumento de evaluación 1: Análisis del proyecto de emprendimiento social objeto de la situación de aprendizaje. Entrega de un documento/trabajo de análisis (ámbito del producto, el precio y el consumidor) sobre los tres tipos de productos que componen la cesta y del papel del emprendedor.					
Indicadores de logro	Calificación	Agente (herramienta)		Momento	
1.4.1	33%	Heteroevaluación (100%)		Al finalizar la primera tarea	
1.4.2	33%	Heteroevaluación (100%)		Al finalizar la primera tarea	
1.4.3	33%	Heteroevaluación (100%)		Al finalizar la primera	

			tarea
Instrumento de evaluación 2: Participación activa en la dinámica (construcción de la cesta, asistencia al sorteo e implicación en la búsqueda de la Asociación objeto de la donación).			
Indicadores de logro	Calificación (%)	Agente (herramienta)	Tiempo
6.1.1	33%	Coevaluación. (50%) Heteroevaluación. (50%)	Al finalizar la situación de aprendizaje
6.1.2	33%	Coevaluación. (50%) Heteroevaluación. (50%)	Al finalizar la situación de aprendizaje
6.1.3	33%	Coevaluación. (50%) Heteroevaluación. (50%)	Al finalizar la situación de aprendizaje

Esta experiencia para el alumnado se organizará de la siguiente forma:

- La introducción a la situación de aprendizaje corresponderá a la primera tarea, en la que se hará una activación teórico-práctica entre el alumnado sobre los tipos de productos con los que tendrá que ver la situación de aprendizaje.
- El desarrollo de la experiencia de aprendizaje corresponderá a la segunda tarea, en la que se construirá la cesta. Por último, las conclusiones vendrán dadas por la donación de fondos a una causa solidaria tras la subasta de la cesta.

Tarea 1. ¿Qué productos sostenibles conoces? ¿Cuáles son los productos locales de Castilla y León?

Paso 1. Los estudiantes investigarán la diversidad de productos locales (agrícolas, ganaderos y artesanales) que se producen en Castilla y León. Analizarán la importancia de la sostenibilidad de los productos, así como los beneficios económicos y medioambientales de apoyar a los productores locales.

Para introducir los conceptos a tratar en esta situación de aprendizaje, se utilizará herramienta “Mentimeter”, un creador de nubes de palabras a través del lanzamiento de una pregunta al alumnado. Se utilizará en dos ocasiones, la primera, a partir del lanzamiento de la pregunta: ¿Qué entiendes por producto sostenible? la segunda, tras la pregunta ¿cuáles son los productos locales de Castilla y León?

Tras ello, se obtendrán dos nubes de palabras que ayuden a clarificar al alumnado los conceptos de producto sostenible y producto local. El resultado de utilizar esta herramienta será similar al siguiente, de forma que se sustituirán las palabras que aparecen en la siguiente figura por las que los estudiantes han utilizado para dar una definición de las cuestiones anteriores.

La visualización de estas palabras clave en forma de nube proporciona una visión general del concepto, resaltando las ideas clave y las interconexiones entre los términos.

Esta actividad será precedida por las nociones teóricas impartidas en la materia sobre el producto y sus tipos, el precio o los consumidores. Tras la utilización de

“Mentimeter”, se conseguirá que los alumnos tengan los conceptos claros sobre producto sostenible y producto local.

Figura 14.

Resultado posible de la utilización de la herramienta “Mentimeter”.



Nota. Imagen obtenida a partir de la pregunta: ¿Qué entiendes por producto sostenible?

Figura 15.

Resultado posible de la utilización de la herramienta “Mentimeter”.



Nota. Imagen obtenida a partir de la pregunta: ¿Cuáles son los productos locales de Castilla y León?.

Tabla 25.

Temporalización de la primera tarea de la tercera situación de aprendizaje

S.A.3 – TAREA 1 ¿QUÉ PRODUCTOS SOSTENIBLES CONOCES? ¿CUÁLES SON LOS PRODUCTOS LOCALES DE CASTILLA Y LEÓN?	TEMPORALIZACIÓN
Introducción a la actividad con preguntas abiertas sobre el tema que estimulen el pensamiento creativo en los alumnos. El objetivo es lograr una vinculación de la actividad con el plano del producto y del precio.	10 minutos
Explicación del concepto de producto, tipos de productos, así como todos los contenidos relacionados con el concepto de dicha unidad.	15 minutos
Utilización de la herramienta “Mentimeter” para la explicación de producto local y producto sostenible.	35 minutos

Tarea 2. Construimos una cesta solidaria.

Esta tarea supone el núcleo principal de la situación de aprendizaje e implica la puesta en práctica del área de aprovisionamiento de la empresa, tema tratado en la unidad 4 de la materia. Asimismo, En esta situación de aprendizaje, los alumnos seguirán los siguientes pasos:

Paso 1. Se agrupará a los alumnos en varios grupos en los que cada uno de ellos tenga una labor concreta para aportar a la situación de aprendizaje. Cada alumno contará con un presupuesto máximo de 3 €.

Esta organización se trasladará al alumnado a través de la plataforma digital del centro previa realización de la tarea. Se fijará una fecha límite para la organización de los alumnos en cada grupo con el fin de que consigan los productos y la cesta correspondiente con tiempo suficiente. El profesor organizará los grupos como crea conveniente para la buena marcha de los mismos.

- Grupo 1. Encargados de los productos sostenibles
- Grupo 2. Encargados de los productos locales
- Grupo 3. Encargados de la organización (diseño e impresión) y venta de las papeletas del sorteo.

Paso 2. Los estudiantes utilizarán herramientas de comunicación para la promoción de la cesta de productos sostenibles de Castilla y León. Todos los alumnos elaborarán materiales informativos, como folletos, carteles y anuncios digitales, para difundir los valores y beneficios de consumir localmente y de manera sostenible.

Las herramientas que utilizarán serán Canva, Genially, así como cualquier otra que se adecúe a la finalidad descrita. Dado que este paso es voluntario, los alumnos lo llevarán a cabo fuera del aula. De esta forma, se podrá distinguir el nivel de implicación real de cada alumno.

Paso 3. Toda la clase en conjunto se encargará de organizar la cesta. En ella se introducirán los dos tipos de productos obtenidos, y se hará un listado de precios y productos que se incluyen.

Tabla 26.

Temporalización de la segunda tarea de la tercera situación de aprendizaje.

S.A.3 – TAREA 2 CONSTRUIAMOS UNA CESTA SOLIDARIA	TEMPORALIZACIÓN
Explicación general de la actividad y su vinculación con el plan de aprovisionamiento de la empresa.	15 minutos
Organización de grupos de trabajo	10 minutos
Explicación a cada grupo de su labor	10 minutos
Realización de estrategias de marketing y comunicación para la promoción de la subasta de la cesta. Estas actividades serán complementadas o finalizadas fuera del aula.	20 minutos

Tarea 3. ¿Cómo y dónde hacer una donación?

La situación de aprendizaje propuesta finaliza con el sorteo de la cesta construida. Con el beneficio recaudado de la venta de papeletas, se hará una donación que supondrá el producto final de la tarea.

Los pasos a seguir en la realización de esta tarea son los que se muestran a continuación:

Paso 1. El sorteo de la cesta construida se dará durante el último día lectivo del primer trimestre, se pondrán en práctica y finalizarán todos los proyectos llevados a cabo por el alumnado. En este caso, será el centro quien gestione el sorteo en el aula de actos del centro habiendo ofrecido anteriormente los alumnos encargados de ello las papeletas para la participación, tanto a la comunidad escolar, como a los alumnos y familiares u otros posibles interesados que quieran pujar. La cesta tendrá un precio simbólico, pero siempre con la finalidad de recaudar la cantidad de dinero más alta posible para ser donado a una causa elegida por el alumnado que ha llevado a cabo la tarea.

Paso 2. Una vez se haya sorteado la cesta, los alumnos tendrán que tomar la decisión en común sobre a qué causa propuesta (infancia, salud, pobreza...) quieren destinar los beneficios obtenidos.

Esta decisión será tomada en consenso y por votación. En primer lugar, los alumnos propondrán causas y asociaciones con las que se sientan afines o empaticen y, posteriormente todos los alumnos votarán. La causa o asociación más votada será a la que se destine el beneficio.

La causa elegida tendrá que tener dos características principales. La primera, tener una finalidad solidaria y, la segunda, ser susceptible de realizar una donación a través de internet para que todo el alumnado esté presente durante la misma.

Paso 3. El profesor, o un representante del centro, a través del proyector digita para hacer partícipes a todos los alumnos, efectuará la donación en el apartado de la web de la asociación elegida. Seguidamente, compartirá el extracto de la misma con todos los alumnos con el fin de demostrar transparencia en la misma.

Tabla 27.

Temporalización de la tercera tarea de la tercera situación de aprendizaje.

S.A.3 – TAREA 3 ¿CÓMO Y DÓNDE HACER UNA DONACIÓN?	TEMPORALIZACIÓN
Tiempo para los alumnos para buscar, a través de su smartphone, una causa solidaria con una web abierta a donaciones.	20 minutos
Propuesta de una causa solidaria por cada alumno al grupo	10 minutos
Votación y elección final de la causa.	10 minutos
Donación a la causa o asociación elegida a través del ordenador y proyector del aula. Posteriormente, se compartirá el extracto con todos los alumnos.	10 minutos

6.2. ACTIVIDADES

6.2.1. Actividad 1: Planteamiento del proyecto.

Esta actividad tiene como objetivo principal la activación del alumnado en el proyecto emprendedor que desarrollarán durante el curso. No tiene vinculación concreta con ninguna unidad didáctica, sino que forma parte de la metodología de aprendizaje basado en proyectos que se va a utilizar como enfoque en el plan de empresa durante todo el curso. La Figura 15 abarca las etapas 1, 2, 3 y 4 del proyecto y esta actividad es el arranque del mismo.

Por otro lado, esta actividad será la primera del curso y se realizará el primer día lectivo. La actividad a desarrollar será una actividad focal introductoria. Para contextualizar el concepto, se dice que: “La actividad focal introductoria comprende en sí misma un gran número de actividades inusuales que hacen los profesores, sobre todo al inicio de la clase, que buscan atraer la atención de los alumnos, activar los conocimientos previos o incluso crear una apropiada situación de motivación.” (Díaz Barriga y Hernández Rojas, 2010).

Por otro lado los mismos autores resaltan que las “distintas actividades que se pueden realizar para tal fin deben ser sorprendentes, inimaginables, incongruentes o discrepantes con los conocimientos previos de los alumnos Las funciones centrales de

esta estrategia son: a) actuar como situaciones que activan los conocimientos previos de los alumnos, especialmente cuando la presentación de la estrategia se acompaña de participaciones de estos últimos para exponer razones, hipótesis, etcétera; b) servir como referente para discusiones posteriores y c) influir de manera poderosa en la atención y motivación de los estudiantes”

Esta actividad tiene por tanto los objetivos previamente mencionados, destacando entre todos ellos el de la motivación del estudiante.

Una vez explicada la metodología y la naturaleza de la actividad 1 de la materia, a continuación, se explican los pasos a seguir durante la sesión que se dedicará a ello.

Paso 1. Punto de partida. Como iniciación a la actividad, y para poner en contexto al alumnado sobre la planificación de contenidos y tiempos que se darán en la materia a lo largo del curso, se emplearán dos técnicas.

Por un lado, se utilizarán preguntas abiertas para activar la participación del alumnado, con cuestiones como:

- ¿Sabéis qué es un plan de empresa?
- ¿Qué utilidad creéis que puede tener un plan de empresa?

Posteriormente, para incentivar que haya un número elevado de respuestas, se utilizará la técnica de “lluvia de ideas”. Los alumnos pensarán varias respuestas posibles durante unos instantes y, posteriormente y de manera ordenada, se irán poniendo en común las opiniones con los alumnos de la clase.

De esta forma, se activarán los conocimientos previos que han adquirido en años anteriores (por ejemplo, en asignaturas como Economía en 1º de bachillerato o en Iniciativa Emprendedora en 4º de ESO). Por otro lado, entrará en juego la transversalidad, que en la Figura 15 se contempla entre el paso 3 y el paso 4. Posteriormente, se les explicará qué es un plan de empresa dentro del contexto de la materia.

Asimismo, este proyecto de la asignatura se extenderá durante todo el curso y se irá explicando y trabajando en cada una de las unidades didácticas de la materia de la misma forma que plantea esta actividad. La razón de que cada unidad didáctica esté asociada a una actividad individual o a una actividad perteneciente a una situación de aprendizaje, viene dada porque cada unidad está presente y/o asociada en el trabajo o plan de empresa en alguno de sus epígrafes. Esto se puede comprobar en el Anexo IV.

Paso 2. Formación de equipos. En este paso se formarán los grupos que conformarán los equipos de trabajo del plan de empresa.

Los equipos de trabajo aquí formados y cuyos estudiantes serán los que realicen en conjunto el plan de empresa, se intentarán mantener, en la medida de lo posible, iguales o similares en el resto de actividades del curso.

Paso 3. Definición del reto final. Se explicará al alumnado qué se quiere conseguir con la creación de un plan de empresa y qué producto final se busca que consigan. El objetivo en este paso es que el concepto sea entendido por la totalidad de los alumnos y en la totalidad de sus vertientes. Para ello, se hará uso de las TIC, visualizando en la pizarra digital del aula un vídeo (Figura 17) que explica de una forma muy didáctica, las partes de un plan de empresa, el objetivo del mismo, así como otras cuestiones.

Paso 4. Organización y planificación. En este paso se darán las pautas de tiempos y plazos con los que trabajarán los alumnos el plan de empresa. La versión final del trabajo será entregada a final de curso, pero al final de cada trimestre se corregirá y habrá un feedback de los contenidos aplicables al trabajo que emanen de las actividades que se han hecho durante las unidades didácticas de dicho trimestre.

Por último, con los grupos de trabajo y tiempos ya establecidos, se facilitará a los alumnos el índice del plan de empresa propuesto en el Anexo III, que será sobre el que trabajen durante el curso.

Figura 16.

Vídeo propuesto para el alumnado sobre el plan de empresa



Nota. Imagen obtenida de Youtube.

6.2.2. Actividad 2: Construimos un DAFO personal y elegimos al mejor candidato.

Esta actividad está vinculada con la unidad 2, el análisis del entorno, en el que, además de un análisis PESTEL, se plantea un análisis DAFO de la empresa y con la unidad 8, los recursos humanos. La unidad 2 se trabajará al principio de la actividad (en los pasos 1, 2 y 3) y la unidad 8 será trabajada en los pasos sucesivos.

Como forma de activación a la aplicación del proyecto empresarial, los alumnos tendrán que construir su DAFO personal. De esta forma, además de la dimensión formativa, los alumnos trabajarán la dimensión personal haciendo un autoexamen y una autocrítica sobre las partes de su personalidad y cómo pueden mejorarla en el futuro.

A continuación, se muestra el itinerario a seguir para el desarrollo de la actividad:

Paso 1. Se explicará a los alumnos el concepto del análisis DAFO y su importancia para evaluar la situación personal y la toma de decisiones.

Paso 2. Cada alumno realizará una reflexión individual sobre sí mismo y completará una hoja de análisis DAFO personal con los siguientes apartados:

- a. Debilidades: se incluirán las áreas en las que sientan que tienen limitaciones o aspectos a mejorar en su desarrollo personal y profesional.
- b. Amenazas: tendrán que identificar los factores externos o situaciones que puedan ser un obstáculo o una amenaza para su crecimiento personal y profesional.
- c. Fortalezas: resaltarán las habilidades, conocimientos y características positivas que poseen y que les proporcionarían ventajas en su desarrollo personal y profesional.
- d. Oportunidades: deberán identificar los aspectos externos o situaciones que puedan generar oportunidades y beneficios en su desarrollo personal y profesional.

Paso 3. Una vez que los alumnos hayan construido su DAFO personal, trabajarán en grupos de cuatro personas para la puesta en común.

Paso 4. Tras poner en común su DAFO personal, reflexionarán sobre su perfil profesional para llevar a cabo la segunda parte de la actividad. En este paso, y

manteniendo los grupos anteriormente creados, se hará una simulación de selección de personal.

Paso 5. A partir del paso anterior, los alumnos analizarán los perfiles de cada uno de ellos como candidatos a un proceso de selección de personal para el puesto de dirección de una empresa y tomarán decisiones sobre cuál sería la mejor opción para el puesto. Para ello, utilizarán la evaluación de habilidades específicas recogidas en los análisis DAFO.

Paso 6. El objetivo final será llegar a un consenso en el grupo de trabajo en el cual se elija al mejor posible director de empresa según el análisis DAFO personal. Tras la elección, cada uno de los estudiantes reflexionará sobre capacidades, habilidades y características personales que tienen y cuáles pueden mejorar.

6.2.3. Actividad 3: Creación de examen cooperativo: Banco de preguntas Kahoot sobre el plan económico financiero de la empresa.

El objetivo de esta actividad es crear, entre todos los alumnos, un banco de preguntas para el estudio personal de la parte económico-financiera de la empresa. Esta dimensión de estudio comprende partes como el VAN, el TIR, los ratios de negocio, el balance de situación... y corresponde en contenidos a las unidades 5, 6 y 7 de la materia.

El Kahoot que construirán los alumnos tendrá un banco de 30 preguntas aproximadamente. Todas ellas tendrán relación con el plan de empresa y tendrán el objetivo de afianzar los conocimientos para desarrollar la parte correspondiente de estas unidades al mismo. Será una forma de estudio de las unidades didácticas diferente, que les facilite la comprensión de los conceptos de la materia mediante la retroalimentación y les haga más liviano y motivador el estudio de la misma para el examen de la asignatura por el uso de los juegos.

Además, para la creación de las preguntas cada alumno tendrá que estudiar los apuntes del apartado que le corresponda, por lo que les ayudará a conseguir un mejor resultado académico. Las preguntas diseñadas, tras su revisión por parte del profesor para que se adecúen perfectamente al nivel exigido y a los contenidos, serán las que formen parte del examen. De dicho banco de 30 preguntas, 10 formarán parte del

examen. Con el Kahoot ya construido, podrán repasar y autoevaluar sus conocimientos fuera del aula como forma de estudio de las unidades correspondientes.

La dinámica consistirá en dividir a los alumnos en grupos según las unidades didácticas, de esta forma, habrá un grupo de alumnos que se encarguen de las preguntas de la unidad 5, y otros dos grupos de las unidades 6 y 7 respectivamente. Los grupos estarán formados por 10 alumnos como máximo, en función del número de alumnos de la clase.

Cada alumno deberá diseñar una pregunta en formato test con cuatro alternativas de respuesta siguiendo el esquema de uso de la plataforma Kahoot. Posteriormente, en una cuenta de Kahoot compartida de la clase que creará el profesor, irán diseñando y añadiendo las preguntas. Esta actividad tendrá una duración de dos sesiones de 50 minutos.

Para ello, se seguirán los siguientes pasos:

Paso 1. Se asignará a cada alumno una unidad (la 5, la 6 o la 7), para que planteen una pregunta sobre los contenidos de cada unidad. De esta forma, se dividirá a los estudiantes en tres grupos de alumnos de, como se ha mencionado, máximo 10 alumnos.

Paso 2. Se dará un tiempo en la primera sesión a cada uno de los tres grupos para que organicen qué contenidos de la unidad van a incluir cada uno de ellos en la pregunta que vayan a diseñar. Tendrán que ponerse de acuerdo y trabajar el diálogo conjunto para llegar a un consenso.

Paso 3. Cada alumno diseñará la pregunta correspondiente. Tendrán tiempo durante la sesión para revisar los apuntes de la unidad y comprobar que las respuestas sean correctas y la pregunta adecuada al temario y al nivel.

Paso 4. Cada alumno incluirá en la cuenta conjunta de Kahoot su pregunta y añadirán el diseño y las opciones de respuesta que consideren oportuno.

Paso 5. En la última sesión, tras revisar previamente el profesor el Kahoot final con el banco de preguntas, será resuelto por los alumnos en clase. De esta forma, ya tendrán un contacto con el tipo de pregunta que incluirá el examen y se podrán autoevaluar.

Una vez la actividad finalice, se habrá conseguido que los alumnos tengan nociones suficientes para aplicar los mismos a la parte del plan económico financiero del proyecto de empresa.

Figura 17.

Ejemplo de diseño de pregunta de Kahoot sobre la unidad 6.



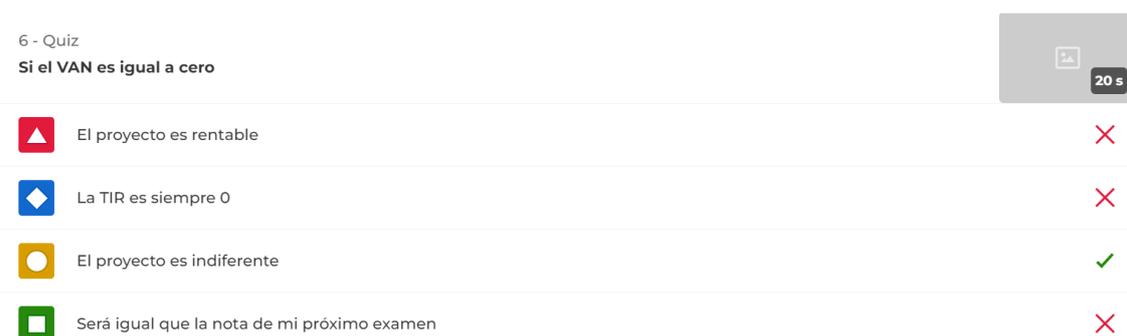
The screenshot shows a Kahoot quiz question titled "2 - Quiz" with the text "El capital social es". The question is worth 20 seconds. There are four multiple-choice options, each with a colored icon and a feedback symbol (checkmark or X).

Opción	Respuesta
El dinero aportado por los socios de la empresa	✓
Los beneficios de años anteriores de la empresa	✗
El dinero que se ha pedido prestado y se tiene que devolver	✗
El valor del desgaste de los equipos productivos	✗

Nota. Elaboración propia.

Figura 18.

Ejemplo de diseño de pregunta de Kahoot sobre la unidad 7.



The screenshot shows a Kahoot quiz question titled "6 - Quiz" with the text "Si el VAN es igual a cero". The question is worth 20 seconds. There are four multiple-choice options, each with a colored icon and a feedback symbol (checkmark or X).

Opción	Respuesta
El proyecto es rentable	✗
La TIR es siempre 0	✗
El proyecto es indiferente	✓
Será igual que la nota de mi próximo examen	✗

Nota. Elaboración propia.

7. CONCLUSIONES

Para la elaboración de este trabajo, se ha partido de la Ley Orgánica 3/2020 de 29 de diciembre conocida como LOMLOE (Ley Orgánica que Modifica la Ley Orgánica de Educación) en su objeto de adaptar y actualizar el sistema educativo a las necesidades actuales, fomentar la igualdad de oportunidades y promover una educación inclusiva. La naturaleza de los cambios más significativos de la misma con respecto a la ley de educación anterior supone implementar una visión menos tradicional y más innovadora de la educación. Por ello, este trabajo se ha fundamentado en la consideración de estas novedades en su aplicación al contexto actual, al curso académico al que pertenece, 2º de bachillerato, y a la materia objeto del mismo, Fundamentos de Administración y Gestión.

Teniendo en cuenta las disposiciones del Boletín Oficial de Castilla y León en el Decreto 40/2022 de 29 de septiembre, por el que se establece la ordenación y el currículo del bachillerato en la Comunidad de Castilla y León y tomando como eje central de la aplicación metodológica el aprendizaje basado en proyectos se ha buscado proporcionar una respuesta integral que involucre todas las partes de desarrollo del mismo aplicándolas en la elaboración del plan de empresa para la asignatura.

A pesar de que cualquier proyecto puede ser abordado de múltiples formas y desde distintos ámbitos, en este caso se ha elegido la metodología del aprendizaje basado en proyectos como forma de respuesta al nuevo enfoque educativo, brindando un enfoque menos tradicional y más competencial. El aprendizaje basado en proyectos hace posible contar con un espacio de actuación más amplio que no implique únicamente la mera adquisición de conocimientos teórico-prácticos, aumentando la motivación, desarrollando el pensamiento crítico y la creatividad, fomentando el aprendizaje autónomo y las habilidades sociales, al tiempo que proporciona una mejor preparación para los problemas de la vida real.

Para llevar lo anteriormente mencionado a cabo, en primer lugar, se ha mostrado el planteamiento de la programación didáctica correspondiente a dicha materia, lo cual ha servido como guía para estructurar el proceso de enseñanza-aprendizaje propuesto en el contexto planteado. Dicha programación didáctica ha servido como guía a la hora de estructurar el proceso de enseñanza-aprendizaje. En segundo lugar se ha llevado a cabo una revisión del aprendizaje basado en proyectos en lo que se refiere a su concepto y desarrollo. A continuación, y como parte fundamental de este trabajo, se han planteado las fases de la metodología del aprendizaje basado en proyectos a través de

múltiples actividades, estrategias y tareas incluidas en situaciones de aprendizaje. El objetivo final ha sido la creación y obtención de un proyecto como producto tangible y aplicable a la realidad.

Asimismo, la novedad educativa que supone la puesta en práctica y el planteamiento de situaciones de aprendizaje ha resultado ser una ventaja significativa al abordar las diferentes partes del proceso de desarrollo de la materia en conjunción con las fases de la metodología elegida y el proyecto final de la materia.

Por otro lado, el amplio abanico de posibilidades de aplicación de las actividades, tareas y situaciones de aprendizaje, ha permitido abordar en gran medida los contenidos transversales recogidos en la normativa nacional y autonómica.

En resumen, a través de a la implementación de la metodología ABP, se ha logrado plantear y desarrollar de manera efectiva la materia y el plan de empresa que conforma cada una de las unidades didácticas de la misma. Esto ha permitido abordar los contenidos transversales que establece la normativa nacional y autonómica, asegurando así una educación integral y basada en los requisitos curriculares. Además, esta metodología ha posibilitado dar una respuesta adecuada a las distintas fases que componen el proceso metodológico del ABP, asegurando una secuencia coherente y estructurada en el aprendizaje de los contenidos. De esta manera, se ha logrado profundizar en los contenidos y dar una visión y una aplicación práctica de los mismos a través del desarrollo de situaciones significativas y lo más cercanas a la realidad empresarial posible. Al mismo tiempo, los estudiantes habrán adquirido autonomía y responsabilidad en su proceso educativo, permitiéndoles desarrollar habilidades como el aprendizaje autónomo. Toda esta adquisición de contenidos significativos y habilidades para la vida diaria hacen que el desarrollo de los estudiantes sea integral.

Personalmente creo que todos los planteamientos que conforman el trabajo como producto final trascienden más allá de un plan de empresa como un mero ejercicio académico. La combinación del carácter práctico de la materia, junto con la metodología del ABP y la transversalidad de contenidos, han hecho posible proporcionar una propuesta de enseñanza-aprendizaje significativa. En general, esta metodología enriquece el proceso de aprendizaje y creo que así se ha visto reflejado a lo largo del trabajo. Además, considero que la propuesta metodológica es aplicable a un contexto real en el aula y que cumple con las expectativas de la educación contemporánea.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

APOECyL. (s.f.). *Normativa vigente en CyL acerca de la orientación y la atención al alumnado con necesidades específicas.*

<https://www.apoecyl.org/enlaces/item/normativa-vigente-en-cyl-acerca-de-la-orientacion-y-la-atencion-al-alumnado-con-necesidades-especificas>

Arias Blanco, J. M. (2010). *Metodologías de enseñanza – aprendizaje para el desarrollo de competencias.* [Diapositiva de PowerPoint]. Universidad de Oviedo.

<https://www.uvic.cat/sites/default/files/PresentacioJMARIAS.PDF>

AulaPlaneta (2015, 4 de febrero). *Cómo aplicar el aprendizaje basado en proyectos en diez pasos [Infografía].* AulaPlaneta.

https://www.aulaplaneta.com/sites/default/files/2021-11/INFOGRAFIA_EI-aprendizaje-basado-en-proyectos.pdf

Baró, N. (2023). *Mejora tu vida con las redes sociales.* Google Books.

https://www.google.es/books/edition/Mejora_tu_vida_con_las_redes_sociales/e_t23EAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1

Bernuza Cetina, R.M. (2023). Estrategias para activar y usar los conocimientos previos en los alumnos. *Web Del Maestro CMF.*

<https://webdelmaestrocmf.com/portal/estrategias-activar-usar-los-conocimientos-previos-los-alumnos/>

Bibliotecavillalba. (s.f.). *Publicidad y marketing para fomentar la lectura.* Biblioteca De Villalba De La Sierra. <https://bibliotecavillalba.blogspot.com/2016/07/publicidad-y-marketing-para-fomentar-la.html>

Blanco, P. (2023, 27 de enero). Anuncios sin tabúes: ¿ética o postureo? *El País.*

<https://elpais.com/extra/publicidad/2023-01-27/anuncios-sin-tabuesetica-o-postureo.html>

Cárdenas-Contreras, B. N., García-Herrera, D. G., Álvarez-Lozano, M. I., & Erazo-Álvarez, J. C. (2020). Aprendizaje Basado en Proyectos una Estrategia Metodológica para la Enseñanza de Ciencias Sociales en Bachillerato. *CIENCIAMATRIA*, 6(3), 49-73.

Conduce Tu Empresa. (2020, 13 de junio). ¿Qué es un Plan de Negocios? Objetivos y Características. [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=6NvR22I4rgU>

Consejería de Educación, Universidades, Cultura y Deportes. Gobierno de Canarias. (2021, 6 de mayo). *Aprendizaje basado en proyectos*.

Consejería de Educación. (s.f.). Instrucción de 1 de junio de la Secretaría General de la Consejería de Educación por la que se establecen orientaciones para la evaluación, promoción y titulación en las diferentes enseñanzas, así como los documentos oficiales de evaluación en las diferentes enseñanzas para los cursos 2021/2022 y 2022/2023. *Portal de Educación de la Junta de Castilla y León*. [https://www.educa.jcyl.es/es/resumenbocyl/orden-edu-1597-2021-16-diciembre-concreta-actuacion-equipos.ficheros/1544885-](https://www.educa.jcyl.es/es/resumenbocyl/orden-edu-1597-2021-16-diciembre-concreta-actuacion-equipos.ficheros/1544885-Instrucci%C3%B3n%20Evaluaci%C3%B3n_2021_2022.pdf)

[Instrucci%C3%B3n%20Evaluaci%C3%B3n_2021_2022.pdf](https://www.educa.jcyl.es/es/resumenbocyl/orden-edu-1597-2021-16-diciembre-concreta-actuacion-equipos.ficheros/1544885-Instrucci%C3%B3n%20Evaluaci%C3%B3n_2021_2022.pdf)

Constitución Española. Boletín Oficial del Estado, 29 de diciembre de 1978, núm. 311.

<https://app.congreso.es/consti/constitucion/indice/titulos/articulos.jsp?ini=27&tipo=2#:~:text=Todos%20tienen%20el%20derecho%20a,los%20derechos%20y%20libertades%20fundamentales.>

Cruz Pérez, S. (2022, 5 de septiembre). El proyecto empresarial en 2º de bachillerato.

Economía en Cuarentena. <https://www.economiaencuarentena.com/fag-2o-bachillerato/plan-de-empresa-2obach/>

de Miguel Díaz, M. (2005). *Modalidades de enseñanza centradas en el desarrollo de competencias*. Oviedo: Universidad de Oviedo.

Decreto 40/2022, de 29 de septiembre, por el que se establece la ordenación y el currículo del bachillerato en la Comunidad de Castilla y León - Portal de Educación de la Junta de Castilla y León.

<https://www.educa.jcyl.es/es/resumenbocyl/decreto-40-2022-29-septiembre-establece-ordenacion-curricul>

Delors, J. (1996). “Los cuatro pilares de la educación” en *La educación encierra un tesoro*. Informe a la UNESCO de la Comisión internacional sobre la educación para el siglo XXI, Madrid, España: Santillana/UNESCO. pp. 91-103.

- Díaz Barriga, F. y Hernández Rojas, G. (2010). *Estrategias docentes para un aprendizaje significativo. Una interpretación constructivista*. Mc Graw Hill.
- Ecova. (2015). *Primer torneo provincial de debate económico en bachillerato*. Colegio de Economistas de Valladolid. https://www.ecova.es/docs/753_dossier.pdf
- Educacyl. (s.f.). *Calendario Escolar 2023-2024*. *Portal de Educación de la Junta de Castilla y León*. <https://www.educa.jcyl.es/es/informacion/calendario-escolar-2023-2024>
- Educacyl. (s.f.). *Programa de gratuidad de libros de texto RELEO PLUS 2023/2024*. *Portal de Educación de la Junta de Castilla y León*. https://www.educa.jcyl.es/es/becas_alumnado/programa-gratuidad-libros-texto-releo-plus/programa-gratuidad-libros-texto-releo-plus-2023-2024
- Espeso, P. (2018, 10 de agosto). Los 5 puntos clave del ABP: Aprendizaje Basado en Proyectos. *EDUCACIÓN 3.0*. <https://www.educacionrespuntocero.com/formacion/los-5-puntos-clave-del-aprendizaje-basado-proyectos/>
- Galeana, L. (2006). Aprendizaje basado en proyectos. *Revista Ceupromed*, 1 (27), 1-17.
- Gobierno de España. Ministerio de Cultura y Deporte. (s.f.). *Plan de Fomento de la Lectura 2021–2024*. (2023, 16 de junio). <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:10cac192-ea16-4017-bca6-0b181a4f47dc/cast--plan-fomento-lectura.pdf>
- IES María Moliner. (s.f.). http://ies-mariamoliner.centros.educa.jcyl.es/sitio/index.cgi?wid_seccion=1
- IES María Moliner. (s.f.). *Plan de Lectura*. Recuperado el 16 de junio de 2023 de http://ies-mariamoliner.centros.educa.jcyl.es/sitio/upload/3_Plan_de_lectura.pdf
- Inap (s.f.). *Metodologías de aprendizaje y descripción de actividades presenciales*. Inap. <https://www.inap.es/documents/10136/1709393/Metodologias-aprendizaje.pdf/483443fa-4df3-3464-02ca-79f9942d0e83>

Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y Formación del Profesorado (INTEF).
(s.f.). Elementos prescriptivos del currículo asociados a las áreas, materias o
ámbitos: Saberes básicos.

<https://formacion.intef.es/mod/book/view.php?id=2416&chapterid=1837>

Jiménez, A. (2022, 21 de noviembre). La generación Z se pasa a la ropa de segunda
mano: de una camisa de Ralph Lauren en el Rastro a unos Levi's en una tienda
'vintage.' *El País*. <https://elpais.com/estilo-de-vida/2022-11-21/la-generacion-z-se-pasa-a-la-ropa-de-segunda-mano-de-una-camisa-de-ralph-lauren-en-el-rastro-a-unos-levis-en-una-tienda-vintage.html#?rel=mas>

Jiménez, A. (2023, 8 de mayo). Cómo TikTok cambia las reglas del juego para las
marcas: "De un día para otro pasé de tener tres pedidos a 200." *El País*.
<https://elpais.com/estilo-de-vida/2023-05-08/como-tiktok-cambia-las-reglas-del-juego-para-las-marcas-de-un-dia-para-otro-pase-de-tener-tres-pedidos-a-200.html>

Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.

<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2006-7899>

Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006,
de 3 de mayo, de Educación. <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2020-17264>

López Casquero, V. (s.f). Diversidad y ANEAE Programación. *Econfinados*.

<https://www.econfinados.com/diversidad-y-aneae-programacion>

Martínez Argudo, J. (s.f.). *Diapositivas Fundamentos de Administración y Gestión (FAG).
Tema 5 "El plan de marketing."* ECONOSUBLIME. Recuperado el 18 de mayo
de 2023 de <http://www.econosublime.com/2022/01/diapositivas-fag-plan%20marketing.html>

Martínez Argudo, J. (s.f.). Libro/diapositivas Fundamentos de Administración y Gestión
(FAG). *ECONOSUBLIME*. <http://www.econosublime.com/p/fundamentos-administracion-gestion-fag.html>

Ministerio de Educación y Formación Profesional. (s.f). Competencias clave. *Portal
educativo del Ministerio de Educación*.

<https://educagob.educacionyfp.gob.es/curriculo/curriculo-lomloe/menu-curriculos-basicos/bachillerato/competencias-clave.html>

Ministerio de Educación y Formación Profesional. (s.f.). Definiciones. *Educagob. Portal del sistema educativo español*.

<https://educagob.educacionyfp.gob.es/curriculo/curriculo-lomloe/definiciones.html>

Mosquera Gende, I. (2019, 28 de enero). El aprendizaje por proyectos: una apuesta de futuro con muchos años de recorrido. *Unir. La universidad en internet*.
<https://www.unir.net/educacion/revista/el-aprendizaje-por-proyectos-una-apuesta-de-futuro-con-muchos-anos-de-recorrido/>

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 – SID. <https://sid-inico.usal.es/legislacion/orden-edu-1152-2010-de-3-de-agosto-por-la-que-se-regula-la-respuesta-educativa-al-alumnado-con-necesidad-especifica-de-apoyo-educativo-escolarizado-en-el-segundo-ciclo-de-educacion-infantil-educaci/>

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 - Portal de Educación de la Junta de Castilla y León.
<https://www.educa.jcyl.es/es/resumenbocyl/orden-edu-747-2014-22-agosto-regula-elaboracion-ejecucion-p>

Ramírez, M. (2021, 21 de octubre). El truco de marketing detrás de ‘Carmen Mola’ muestra un problema profundo en el mundo literario. *Washington Post*.
<https://www.washingtonpost.com/es/post-opinion/2021/10/20/carmen-mola-la-bestia-premio-planeta-2021-tres-escritores/>

Real Decreto 243/2022, de 5 de abril, por el que se establecen la ordenación y las enseñanzas mínimas del Bachillerato. Boletín Oficial del Estado, 6 de abril de 2022, núm 82.
<https://www.google.com/search?q=Real+Decreto+243%2F2022%2C+de+5+de>

+abril&rlz=1C1ONGR_esES1025ES1025&oq=Real+Decreto+243%2F2022%2C+de+5+de+abril&aqs=chrome.69i57j0i22i30i2j69i61j69i60i2.368j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8

Real Decreto 984/2021, de 16 de noviembre, por el que se regulan la evaluación y la promoción en la Educación Primaria, así como la evaluación, la promoción y la titulación en la Educación Secundaria Obligatoria, el Bachillerato y la Formación Profesional. <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2021-18812>

Sánchez, C. (s.f). *Bibliografía*. Normas APA (7ma edición). <https://normas-apa.org/bibliografia/>

Sande, J. (2021). La otra clase de EMPRENDER. *Google Books*.

Sande, J. (2023, 8 de junio). *Compartiendo conocimiento*. <https://josesande.com/>

Soto, P. (2021). Aprendizaje basado en proyectos: características, beneficios, etc. *Classlife Education*. <https://www.classlife.education/blog/aprendizaje-basado-en-proyectos/>

UNESCO. (2018, 23 de octubre). *La UNESCO y los Objetivos de Desarrollo Sostenible*. <https://es.unesco.org/sdgs>

ANEXO I

DESCRIPTORES OPERATIVOS DE LA ETAPA DE BACHILLERATO

Competencia en comunicación lingüística (CCL)

Descriptores operativos:

<i>Al completar el Bachillerato, el alumno o la alumna...</i>
CCL1. Se expresa de forma oral, escrita, signada o multimodal con fluidez, coherencia, corrección y adecuación a los diferentes contextos sociales y académicos, y participa en interacciones comunicativas con actitud cooperativa y respetuosa tanto para intercambiar información, crear conocimiento y argumentar sus opiniones como para establecer y cuidar sus relaciones interpersonales.
CCL2. Comprende, interpreta y valora con actitud crítica textos orales, escritos, signados o multimodales de los distintos ámbitos, con especial énfasis en los textos académicos y de los medios de comunicación, para participar en diferentes contextos de manera activa e informada y para construir conocimiento.
CCL3. Localiza, selecciona y contrasta de manera autónoma información procedente de diferentes fuentes evaluando su fiabilidad y pertinencia en función de los objetivos de lectura y evitando los riesgos de manipulación y desinformación, y la integra y transforma en conocimiento para comunicarla de manera clara y rigurosa adoptando un punto de vista creativo y crítico a la par que respetuoso con la propiedad intelectual.
CCL4. Lee con autonomía obras relevantes de la literatura poniéndolas en relación con su contexto sociohistórico de producción, con la tradición literaria anterior y posterior y examinando la huella de su legado en la actualidad, para construir y compartir su propia interpretación argumentada de las obras, crear y recrear obras de intención literaria y conformar progresivamente un mapa cultura.
CCL5. Pone sus prácticas comunicativas al servicio de la convivencia democrática, la resolución dialogada de los conflictos y la igualdad de derechos de todas las personas, evitando y rechazando los usos discriminatorios, así como los abusos de poder, para favorecer la utilización no solo eficaz sino también ética de los diferentes sistemas de comunicación.

Competencia plurilingüe (CP)

Descriptores operativos:

<i>Al completar el Bachillerato, el alumno o la alumna...</i>
CP1. Utiliza con fluidez, adecuación y aceptable corrección una o más lenguas, además de la lengua familiar o de las lenguas familiares, para responder a sus necesidades comunicativas con espontaneidad y autonomía en diferentes situaciones y contextos de los ámbitos personal, social, educativo y profesional.
CP2. A partir de sus experiencias, desarrolla estrategias que le permitan ampliar y enriquecer de forma sistemática su repertorio lingüístico individual con el fin de comunicarse de manera eficaz.
CP3. Conoce y valora críticamente la diversidad lingüística y cultural presente en la sociedad, integrándola en su desarrollo personal y anteponiendo la comprensión mutua como característica central de la comunicación, para fomentar la cohesión social.

Competencia matemática y competencia en ciencia, tecnología e ingeniería (STEM)

Descriptores operativos:

<i>Al completar el Bachillerato, el alumno o la alumna...</i>
STEM1. Selecciona y utiliza métodos inductivos y deductivos propios del razonamiento matemático en situaciones propias de la modalidad elegida y emplea estrategias variadas para la resolución de problemas analizando críticamente las soluciones y reformulando el procedimiento, si fuera necesario
STEM2. Utiliza el pensamiento científico para entender y explicar fenómenos relacionados con la modalidad elegida, confiando en el conocimiento como motor de desarrollo, planteándose hipótesis y contrastándolas o comprobándolas mediante la observación, la experimentación y la investigación, utilizando herramientas e instrumentos adecuados, apreciando la importancia de la precisión y la veracidad y mostrando una actitud crítica acerca del alcance y limitaciones de los métodos empleados.
STEM3. Plantea y desarrolla proyectos diseñando y creando prototipos o modelos para generar o utilizar productos que den solución a una necesidad o problema de forma colaborativa, procurando la participación de todo el grupo, resolviendo pacíficamente los conflictos que puedan surgir, adaptándose ante la incertidumbre y evaluando el producto obtenido de acuerdo a los objetivos propuestos, la sostenibilidad y el impacto transformador en la sociedad.
STEM4. Interpreta y transmite los elementos más relevantes de investigaciones de forma clara y precisa, en diferentes formatos (gráficos, tablas, diagramas, fórmulas, esquemas, símbolos.) y aprovechando la cultura digital con ética y responsabilidad y valorando de forma crítica la contribución de la ciencia y la tecnología en el cambio de las condiciones de vida para compartir y construir nuevos conocimientos.
STEM5. Planea y emprende acciones fundamentadas científicamente para promover la salud física y mental, y preservar el medio ambiente y los seres vivos, practicando el consumo responsable, aplicando principios de ética y seguridad para crear valor y transformar su entorno de forma sostenible adquiriendo compromisos como ciudadano en el ámbito local y global.

Competencia digital (CD)

Descriptores operativos:

<i>Al completar el Bachillerato, el alumno o la alumna...</i>
CD1. Realiza búsquedas avanzadas comprendiendo cómo funcionan los motores de búsqueda en internet aplicando criterios de validez, calidad, actualidad y fiabilidad, seleccionando los resultados de manera crítica y organizando el almacenamiento de la información de manera adecuada y segura para referenciarla y reutilizarla posteriormente.
CD2. Crea, integra y reelabora contenidos digitales de forma individual o colectiva, aplicando medidas de seguridad y respetando, en todo momento, los derechos de autoría digital para ampliar sus recursos y generar nuevo conocimiento.
CD3. Selecciona, configura y utiliza dispositivos digitales, herramientas, aplicaciones y servicios en línea y los incorpora en su entorno personal de aprendizaje digital para comunicarse, trabajar colaborativamente y compartir información, gestionando de manera responsable sus acciones, presencia y visibilidad en la red y ejerciendo una ciudadanía digital activa, cívica y reflexiva.
CD4. Evalúa riesgos y aplica medidas al usar las tecnologías digitales para proteger los dispositivos, los datos personales, la salud y el medioambiente y hace un uso crítico, legal, seguro, saludable y sostenible de dichas tecnologías.
CD5. Desarrolla soluciones tecnológicas innovadoras y sostenibles para dar respuesta a necesidades concretas, mostrando interés y curiosidad por la evolución de las tecnologías digitales y por su desarrollo sostenible y uso ético.

Competencia personal, social y de aprender a aprender (CPSAA)

Descriptores operativos:

<i>Al completar el Bachillerato, el alumno o la alumna...</i>
CPSAA1.1 Fortalece el optimismo, la resiliencia, la autoeficacia y la búsqueda de objetivos de forma autónoma para hacer eficaz su aprendizaje. CPSAA1.2 Desarrolla una personalidad autónoma, gestionando constructivamente los cambios, la participación social y su propia actividad para dirigir su vida.
CPSAA2. Adopta de forma autónoma un estilo de vida sostenible y atiende al bienestar físico y mental propio y de los demás, buscando y ofreciendo apoyo en la sociedad para construir un mundo más saludable.
CPSAA3.1 Muestra sensibilidad hacia las emociones y experiencias de los demás, siendo consciente de la influencia que ejerce el grupo en las personas, para consolidar una personalidad empática e independiente y desarrollar su inteligencia. CPSAA3.2 Distribuye en un grupo las tareas, recursos y responsabilidades de manera ecuánime, según sus objetivos, favoreciendo un enfoque sistémico para contribuir a la consecución de objetivos compartidos.
CPSAA4. Compara, analiza, evalúa y sintetiza datos, información e ideas de los medios de comunicación, para obtener conclusiones lógicas de forma autónoma, valorando la fiabilidad de las fuentes.
CPSAA5. Planifica a largo plazo evaluando los propósitos y los procesos de la construcción del conocimiento, relacionando los diferentes campos del mismo para desarrollar procesos autorregulados de aprendizaje que le permitan transmitir ese conocimiento, proponer ideas creativas y resolver problemas con autonomía.

Competencia ciudadana (CC)

Descriptores operativos:

<i>Al completar el Bachillerato, el alumno o la alumna...</i>
CC1. Analiza hechos, normas e ideas relativas a la dimensión social, histórica, cívica y moral de su propia identidad, para contribuir a la consolidación de su madurez personal y social, adquirir una conciencia ciudadana y responsable, desarrollar la autonomía y el espíritu crítico, y establecer una interacción pacífica y respetuosa con los demás y con el entorno.
CC2. Reconoce, analiza y aplica en diversos contextos, de forma crítica y consecuente, los principios, ideales y valores relativos al proceso de integración europea, la Constitución Española, los derechos humanos, y la historia y el patrimonio cultural propios, a la vez que participa en todo tipo de actividades grupales con una actitud fundamentada en los principios y procedimientos democráticos, el compromiso ético con la igualdad, la cohesión social, el desarrollo sostenible y el logro de la ciudadanía mundial.
CC3. Adopta un juicio propio y argumentado ante problemas éticos y filosóficos fundamentales y de actualidad, afrontando con actitud dialogante la pluralidad de valores, creencias e ideas, rechazando todo tipo de discriminación y violencia, y promoviendo activamente la igualdad y corresponsabilidad efectiva entre mujeres y hombres.
CC4. Analiza las relaciones de interdependencia y ecodependencia entre nuestras formas de vida y el entorno, realizando un análisis crítico de la huella ecológica de las acciones humanas, y demostrando un compromiso ético y ecosocialmente responsable con actividades y hábitos que conduzcan al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la lucha contra el cambio climático.

Competencia emprendedora (CE)

Descriptores operativos:

<i>Al completar el Bachillerato, el alumno o la alumna...</i>
CE1. Evalúa necesidades y oportunidades y afronta retos, con sentido crítico y ético, evaluando su sostenibilidad y comprobando, a partir de conocimientos técnicos específicos, el impacto que puedan suponer en el entorno, para presentar y ejecutar ideas y soluciones innovadoras dirigidas a distintos contextos, tanto locales como globales, en el ámbito personal, social y académico con proyección profesional emprendedora.
CE2. Evalúa y reflexiona sobre las fortalezas y debilidades propias y las de los demás, haciendo uso de estrategias de autoconocimiento y autoeficacia, interioriza los conocimientos económicos y financieros específicos y los transfiere a contextos locales y globales, aplicando estrategias y destrezas que agilicen el trabajo colaborativo y en equipo, para reunir y optimizar los recursos necesarios, que lleven a la acción una experiencia o iniciativa emprendedora de valor.
CE3. Lleva a cabo el proceso de creación de ideas y soluciones innovadoras y toma decisiones, con sentido crítico y ético, aplicando conocimientos técnicos específicos y estrategias ágiles de planificación y gestión de proyectos, y reflexiona sobre el proceso realizado y el resultado obtenido, para elaborar un prototipo final de valor para los demás, considerando tanto la experiencia de éxito como de fracaso, una oportunidad para aprender.

Competencia en conciencia y expresión culturales (CCEC)

Descriptores operativos:

<i>Al completar el Bachillerato, el alumno o la alumna...</i>
CCEC1. Reflexiona, promueve y valora críticamente el patrimonio cultural y artístico de cualquier época, contrastando sus singularidades y partiendo de su propia identidad, para defender la libertad de expresión, la igualdad y el enriquecimiento inherente a la diversidad.
CCEC2. Investiga las especificidades e intencionalidades de diversas manifestaciones artísticas y culturales del patrimonio, mediante una postura de recepción activa y deleite, diferenciando y analizando los distintos contextos, medios y soportes en que se materializan, así como los lenguajes y elementos técnicos y estéticos que las caracterizan.
CCEC3.1 Expresa ideas, opiniones, sentimientos y emociones con creatividad y espíritu crítico, realizando con rigor sus propias producciones culturales y artísticas, para participar de forma activa en la promoción de los derechos humanos y los procesos de socialización y de construcción de la identidad personal que se derivan de la práctica artística.
CCEC3.2 Descubre la autoexpresión, a través de la interacción corporal y la experimentación con diferentes herramientas y lenguajes artísticos, enfrentándose a situaciones creativas con una actitud empática y colaborativa, y con autoestima, iniciativa e imaginación.
CCEC4.1 Selecciona e integra con creatividad diversos medios y soportes, así como técnicas plásticas, visuales, audiovisuales, sonoras o corporales, para diseñar y producir proyectos artísticos y culturales sostenibles, analizando las oportunidades de desarrollo personal, social y laboral que ofrecen sirviéndose de la interpretación, la ejecución, la improvisación o la composición.
CCEC4.2 Planifica, adapta y organiza sus conocimientos, destrezas y actitudes para responder con creatividad y eficacia a los desempeños derivados de una producción cultural o artística, individual o colectiva, utilizando diversos lenguajes, códigos, técnicas, herramientas y recursos plásticos, visuales, audiovisuales, musicales, corporales o escénicos, valorando tanto el proceso como el producto final y comprendiendo las oportunidades personales, sociales, inclusivas y económicas que ofrecen.

ANEXO II

CALENDARIO ESCOLAR 2023/2024

Calendario escolar de la Junta de Castilla y León para el curso 2023/2024. Los festivos en 2024, serán los que la normativa por la que se establece el calendario de fiestas laborales en el ámbito de la Comunidad de Castilla y León determine.



CALENDARIO ESCOLAR 2023-2024

SEPTIEMBRE							OCTUBRE							NOVIEMBRE									
L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D			
				1	2	3						1		1	2	3	4	5					
4	5	6	7	8	9	10	2	3	4	5	6	7	8	6	7	8	9	10	11	12			
11	12	13	14	15	16	17	9	10	11	12	13	14	15	13	14	15	16	17	18	19			
18	19	20	21	22	23	24	16	17	18	19	20	21	22	20	21	22	23	24	25	26			
25	26	27	28	29	30	23	24	25	26	27	28	29	27	28	29	30							
							30	31															
DICIEMBRE							ENERO							FEBRERO									
L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D			
				1	2	3	1	2	3	4	5	6	7				1	2	3	4			
4	5	6	7	8	9	10	8	9	10	11	12	13	14	5	6	7	8	9	10	11			
11	12	13	14	15	16	17	15	16	17	18	19	20	21	12	13	14	15	16	17	18			
18	19	20	21	22	23	24	22	23	24	25	26	27	28	19	20	21	22	23	24	25			
25	26	27	28	29	30	31	29	30	31	26	27	28	29										
MARZO							ABRIL							MAYO									
L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D			
				1	2	3	1	2	3	4	5	6	7			1	2	3	4	5			
4	5	6	7	8	9	10	8	9	10	11	12	13	14	6	7	8	9	10	11	12			
11	12	13	14	15	16	17	15	16	17	18	19	20	21	13	14	15	16	17	18	19			
18	19	20	21	22	23	24	22	23	24	25	26	27	28	20	21	22	23	24	25	26			
25	26	27	28	29	30	31	29	30	27	28	29	30	31										
JUNIO																							
L	M	X	J	V	S	D																	
				1	2																		
3	4	5	6	7	8	9																	
10	11	12	13	14	15	16																	
17	18	19	20	21	22	23																	
24	25	26	27	28	29	30																	

Leyenda:

- Inicio de curso (1)
- Inicio de curso (2)
- Inicio de curso (3)
- Inicio de curso (4)
- Inicio de curso (5)
- Inicio de curso (6)
- Fin de curso (1)
- Fin de curso (2)
- Fin de curso (3)
- Vacaciones escolares
- Días no lectivos
- Fiestas laborales

ANEXO III

INDICE PROPUESTO DEL PLAN DE EMPRESA

PLAN DE EMPRESA

FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN – 2º BACH.

CURSO 2023/2024

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

- 1.1. Idea de negocio
 - 1.1.1. Nombre de la empresa
 - 1.1.2. Logotipo
 - 1.1.3. imagen de marca
 - 1.1.4. Slogan
- 1.2. Equipo promotor
- 1.3. Forma jurídica
- 1.4. Localización
- 1.5. Organigrama
- 1.6. Misión, visión y valores

2. ANÁLISIS DEL ENTORNO

- 2.1. Entorno general. Análisis PESTEL
- 2.2. Entorno específico. Análisis DAFO

3. PLAN DE MARKETING

- 3.1. Investigación de mercados. Encuesta con formulario Google
- 3.2. Sector y mercado. Mercado de referencia y relevante
- 3.3. Clientes. Segmentación de mercados y criterios de segmentación
- 3.4. Competencia. Análisis del competidor
- 3.5. Proveedores
- 3.6. Desarrollo del Marketing Mix
 - 3.6.1. Producto/servicio
 - 3.6.2. Precio

3.6.3. Comunicación

3.6.4. Distribución

4. PLAN DE APROVISIONAMIENTO

4.1. Proceso productivo

4.2. Gestión de aprovisionamiento

5. PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO

5.1. Análisis de la viabilidad del negocio

5.2. Ratios de negocio

5.3. Cuenta de resultados

5.4. Tesorería

5.5. Balance de situación

6. MEDIOS TÉCNICOS Y RRHH

6.1. Medios técnicos necesarios

6.2. Recursos humanos necesarios

7. CONCLUSIONES

8. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA

9. ANEXOS

10. PRESENTACIÓN Y ELEVATOR PITCH

ANEXO IV

INDICE PROPUESTO DEL PLAN DE EMPRESA Y CORRESPONDENCIA CON LAS UNIDADES DIDÁCTICAS DE LA MATERIA.

PLAN DE EMPRESA

FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN – 2º BACH.

CURSO 2023/2024

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

- 1.1. Idea de negocio
 - 1.1.1. Nombre de la empresa
 - 1.1.2. Logotipo
 - 1.1.3. imagen de marca
 - 1.1.4. Slogan
- 1.2. Equipo promotor
- 1.3. Forma jurídica
- 1.4. Localización
- 1.5. Organigrama
- 1.6. Misión, visión y valores

UNIDAD 1. El emprendimiento y el emprendedor.

2. ANÁLISIS DEL ENTORNO

- 2.1. Entorno general. Análisis PESTEL
- 2.2. Entorno específico. Análisis DAFO

UNIDAD 2. La empresa y sus tipos. El entorno de la empresa.

3. PLAN DE MARKETING

- 3.1. Investigación de mercados. Encuesta con formulario Google
- 3.2. Sector y mercado. Mercado de referencia y relevante
- 3.3. Clientes. Segmentación de mercados y criterios de segmentación
- 3.4. Competencia. Análisis del competidor
- 3.5. Proveedores
- 3.6. Desarrollo del Marketing Mix

UNIDAD 3. El marketing Mix

