



Universidad de Valladolid

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN PROFESORADO DE EDUCACIÓN
SECUNDARIA OBLIGATORIA Y BACHILLERATO, FORMACIÓN
PROFESIONAL Y ENSEÑANZA DE IDIOMAS
Curso 2013-2014**

**APRENDIZAJE COOPERATIVO. APLICACIÓN PRÁCTICA EN LA
UNIDAD DIDÁCTICA: LA FUNCIÓN COMERCIAL DE LA
EMPRESA**

TRABAJO FIN DE MÁSTER. ESPECIALIDAD ECONOMÍA

Presentado por: **SOFÍA SANTAMARÍA HERRERO**

Tutelado por: **M.^a ELISA ÁLVAREZ LÓPEZ**

Valladolid, julio de 2014

ÍNDICE

1. Introducción.....	5
2. Metodología de la investigación.....	6
3. Aprendizaje cooperativo: Cómo favorecer el logro de aprendizajes activos y significativos	
3.1.- Fundamentación teórica del aprendizaje cooperativo.....	7
3.2.- Origen, definición y características.....	13
3.3.- Competencias que contribuye a desarrollar.....	16
3.4.- Ventajas e inconvenientes.....	17
3.5.- Condiciones que deben darse para el aprendizaje cooperativo.....	18
3.6.- Grupos de aprendizaje cooperativo.....	19
3.7.- Técnicas de aprendizaje cooperativo.....	22
4. Aplicación práctica del AC en la unidad didáctica: La función comercial de la empresa	
4.1.- Contexto curricular.....	30
4.2.- Contexto educativo.....	32
4.3.- Justificación.....	35
4.4.- Objetivos.....	36
4.5.- Contenidos.....	37
4.6.- Metodología.....	40
4.7.- Actividades de enseñanza-aprendizaje.....	41
4.8.- Temporalización.....	47
4.9.- Recursos didácticos.....	49
4.10.- Sistema de evaluación.....	49
4.11.- Atención al alumnado con necesidades especiales.....	51
4.12.- Contenidos transversales.....	51

5. Conclusiones.....	52
6. Referencias bibliográficas.....	55
7. Anexos.....	57

1. INTRODUCCIÓN

Hasta hace no mucho tiempo el método de enseñanza habitualmente utilizado en la práctica docente se traducía en un proceso individual donde el alumno atendía a la exposición de la materia por parte del profesor, para después memorizarla y reproducirla en un examen, a través del cual era evaluado.

En esta estrategia docente, el alumno adopta un papel pasivo en el aula, ya que es mero receptor de información. El aprendizaje del alumno se basa solamente en estudiar y memorizar y, en muchas ocasiones, no sabe a dónde va, ni lo que aprende, ni para que lo aprende. El libro de texto se considera un material esencial, donde el alumno se limita a subrayar y memorizar. De esta forma, no existe interacción entre los alumnos, solo en los recreos, y si la hay en algún momento, se considera una distracción del alumno y falta de atención en clase.

Los estudiantes, con estas estrategias tradicionales de enseñanza, no desarrollan el espíritu creativo, integrador, ni la capacidad de comunicarse en las distintas situaciones, dado que solo favorecen la capacidad memorística, es decir, el aspecto cognitivo del alumno, dejando de lado la dimensión afectiva.

Los alumnos se encuentran en una edad donde necesitan y buscan el apoyo de sus iguales. Esto se puede fomentar con otros métodos de aprendizaje que consideren todas estas dimensiones y favorezcan aprendizajes más significativos de los discentes.

Por otro lado, el docente debe tener en cuenta, a la hora de planificar sus métodos de enseñanza, que no todos los estudiantes tienen la misma capacidad de aprendizaje y que no puede limitarse meramente a transmitir conocimientos; su misión es contribuir a que los estudiantes adquieran aprendizajes significativos.

En los últimos años han ido ganando protagonismo otras técnicas docentes más innovadoras que engloban todas dimensiones del alumno en su proceso de enseñanza-aprendizaje.

Entre estos nuevos métodos se encuentra el denominado Aprendizaje Cooperativo (AC), basado en el trabajo coordinado de los alumnos, divididos en pequeños grupos heterogéneos. De esta forma, se aprovecha la diversidad del alumnado como una oportunidad para mejorar el aprendizaje.

El logro del objetivo individual del alumno, es el logro del objetivo grupal. Para el docente supone un gran esfuerzo, ya que este proceso tiene que estar

cuidadosamente preparado y coordinado. Pero constituye un reto muy interesante que a la larga va dar resultados muy gratificantes tanto para el alumno como para el profesor.

El propósito de este trabajo es analizar en profundidad el método de AC. Para ello, en primer lugar, se revisarán sus fundamentos teóricos para seguidamente examinar sus distintas modalidades -de acuerdo con diferentes autores-, las competencias que desarrolla, sus ventajas e inconvenientes, las condiciones que deben darse en el aula para ponerlo en práctica y, por último, las técnicas del AC o formas de trabajar a las que puede recurrirse.

Una vez expuesta esta primera parte teórica de la investigación, con la que se pretende justificar la idoneidad de su uso de cara a conseguir mejores resultados de los alumnos, el trabajo se centra en aplicar el método del AC a una unidad didáctica correspondiente a la asignatura de Economía de la Empresa, impartida en segundo curso de Bachillerato, bloque VI: “La función comercial de la empresa”, teniendo muy en cuenta la normativa del Decreto 42/2008 de 5 junio, donde se fijan los objetivos, contenidos y criterios de evaluación de la asignatura.

2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación surge de la necesidad de conocer con mayor precisión nuevos métodos educativos, con mejores resultados en el proceso de enseñanza-aprendizaje. En concreto, se centra en el AC, uno de los métodos que se está mostrando más eficaz.

Una vez que tenía el tema elegido, pasé a desarrollar el proyecto de investigación, que pretende ser científico, coherente y sistemático. En una primera etapa hice una revisión de las referencias bibliográficas para hacerme una idea general del tema que iba a estudiar. Luego llevé a cabo una detallada búsqueda documental, construyendo un marco de referencia de la investigación asentado en el conocimiento adquirido a partir de otros trabajos de investigadores y expertos en el tema. Poco a poco fui leyendo y adquiriendo conocimiento sobre las teorías que otros investigadores habían desarrollado a partir de su práctica docente.

Por un lado, realizo una investigación básica, a partir de la lectura de un amplio número de referencias bibliográficas sobre el tema específico a tratar, y con la

interpretación de cada uno de los fundamentos desarrollados por expertos en la materia.

Y otra parte del trabajo va ser aplicada; en ella se ponen en práctica actividades de AC para desarrollar una unidad didáctica concreta de la materia de Economía de la Empresa.

Ambos tipos de investigación, tanto la básica como aplicada, se complementan. Porque para ver la utilidad de la teoría es necesario acercarse a la realidad y para ponerlo en práctica hay que basarse en la teoría.

La investigación desarrollada y aplicada en un caso práctico y en un contexto educativo real, va permitir llegar a unas conclusiones de la investigación

3. APRENDIZAJE COOPERATIVO: CÓMO FAVORECER EL LOGRO DE APRENDIZAJES ACTIVOS Y SIGNIFICATIVOS

3.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DEL APRENDIZAJE COOPERATIVO

El AC está fundamentado en varias teorías (Otero, 2009): la Teoría Sociocultural de Vygostsky, la Teoría Genética de Piaget, la Teoría de la Interdependencia Positiva de Johnson, el Aprendizaje Significativo de Ausubel, la Psicología Humanista de Rogers, la Teoría de las Inteligencias Múltiples de Gardner y el Conductivismo.

3.1.1. Teoría sociocultural de Vygostsky

Defiende el aprendizaje a través de experiencias sociales en la interacción con las personas. Cada una de esas vivencias le va aportar conocimientos diferentes.

Las personas se van formando en el plano psicológico y social con la interacción continua en la sociedad, desarrollando procesos mentales. De esta manera van construyendo el conocimiento.

Estos procesos sociales, les va permitir comunicarse en las distintas situaciones y compartir experiencias. Además, van a construir su propio pensamiento y a interiorizar cognitivamente la nueva información.

Los seres humanos están en constante aprendizaje, al inicio son meros aprendices pero, con el tiempo, van interiorizando el proceso de hacer las cosas y llegan a ser expertos. Y, a la par, van adquiriendo capacidad para auto-regular su conducta:

Según Vygostky, el AC va a favorecer:

- Constantes interacciones con los compañeros. Realización conjunta de actividades de aprendizaje significativo, elaboran el conocimiento en grupo.

- La comunicación en las distintas situaciones, mejora su lenguaje y su capacidad para hablar en público. Esta actividad de comunicación es fundamental, permite que transmitan sus opiniones, contrasten informaciones y con ello van construyendo su propio pensamiento.

- Los procesos de interacciones sociales eficaces producen un aumento de aprendizaje en conjunto y aumentan las oportunidades de aprender.

- Un ambiente de aprendizaje favorable, ya que el grupo se basa en el apoyo y ayuda mutuo entre todos miembros del grupo.

3.1.2. Teoría Genética de Piaget

Para el aprendizaje son fundamentales las interacciones sociales, ya que a través de ellas los estudiantes van adquiriendo estructuras intelectuales superiores.

Es un proceso intelectual de situaciones en las que, en un primer momento, la nueva información entra en conflicto con el conocimiento previo, produciéndose un desequilibrio cognitivo. El sistema cognitivo trata de modificar ese conocimiento previo, estableciendo un reequilibrio. Y por último se produce un equilibrio superior, ya que el conocimiento intelectual es de mayor relevancia.

A partir de las ideas de Piaget, los autores de la Escuela de Psicología Social de Ginebra afirman que a través de la interacción social se produce el progreso intelectual. Cuando el alumno trabaja en grupo va a rendir más que cuando lo hace individualmente. También se va a producir un conflicto meta-cognitivo, ya que surgen distintas perspectivas, van a modificarla entre todos y a construir un conocimiento superior. Cuando los individuos aprenden a coordinar el grupo, luego lo van hacer ellos solos y a emplearlo en distintas situaciones.

El AC va a aplicar todo esto, con el trabajo en grupo van a aflorar todos esos conflictos cognitivos, dando lugar a aprendizajes mayores. Los alumnos desarrollan las habilidades de comunicación y sociales con los debates que van abriéndose y la interacción; finalmente, el alumno va a realizar aportaciones de mayor calidad, al haber interactuado con personas diferentes y con conocimientos distintos. Esto va a contribuir a que el alumno progrese intelectualmente.

3.1.3. Teoría de la Interdependencia Social de los Hermanos Johnson

Dentro de la interacción social se produce una interdependencia positiva y social en el grupo. Esto significa que, además de aprender la materia, tienen que asegurarse que lo hagan todos miembros del grupo. Esto va a promover su esfuerzo, les va a animar y facilitar el trabajo del grupo y el individual. Con la cooperación entre los miembros del grupo, el objetivo individual solamente se logra si se alcanza el objetivo grupal, de forma que los alumnos se van a unir para trabajar juntos, cooperar y así alcanzar las metas propuestas.

Con el AC, cada alumno va a desarrollar una responsabilidad individual y grupal. Todo ello le va permitir desarrollar unas habilidades y destrezas en el grupo, de comunicación, cooperación y resolución de problemas.

3.1.4. Aprendizaje Significativo de Ausubel

Según este autor, la enseñanza no se debe limitar solo a transmitir conocimientos o saberes. Debe ir más allá, hacia aprendizajes significativos del alumno. Es decir, los discentes deben conectar sus conocimientos previos con la nueva información adquirida y tienen que dar sentido a la información que reciben. Para ello, el docente debe activar sus mecanismos inclusores, a fin de que el alumno movilice los conocimientos previos que posee.

El docente debe proporcionar información clara, coherente y organizada, de manera que permita a los alumnos ir asociando la información nueva con el conocimiento anterior y comprender los contenidos.

De acuerdo con Ausubel, el docente debe transmitir unos conocimientos de acuerdo con el nivel cognitivo previo de los alumnos. Si no es así, los alumnos no serán capaces de comprender e interpretar los contenidos. Algunas estrategias que se pueden utilizar para facilitar la asimilación de la materia son: esquemas, repetición en voz alta, imágenes, palabras claves... que ayuden a recordar esa nueva información. También se desarrolla un proceso de trabajo en el que primero se planifiquen y se organicen las tareas y por último se evalúen

El AC va poner en práctica los aprendizajes significativos. Trabajando en grupo se facilita que todos alumnos comprendan la materia, ayudándose unos a otros con las dudas que surjan, con explicaciones adicionales, con un vocabulario adecuado a su nivel.

En los grupos se crearán debates con distintos puntos de vista e interpretaciones, que ayudarán a que los alumnos más tímidos puedan expresar sus opiniones y ser retroalimentadas con nuevas ideas por sus compañeros. Los estudiantes contarán con el tiempo necesario para reflexionar y asociar su conocimiento previo con los nuevos contenidos.

También van a adquirir habilidades y destrezas para comunicarse, planificarse, organizar las tareas, tomar decisiones...y el buen ambiente creado en los grupos va a permitir que los alumnos estén más motivados para aprender.

3.1.5. La Psicología Humanista de Rogers

Conforme a esta psicología, existen tres aspectos fundamentales a tener en cuenta en el aprendizaje. En primer lugar, la diversidad en el aula; las personas son muy diferentes unas de otras. Cada alumno tiene un proceso de aprendizaje, y una capacidad para asimilar la materia distinta.

Otra cosa es que los alumnos se desarrollan personalmente en otras dimensiones del ser humano, como es la socio-afectiva. No solo se produce un proceso cognitivo, sino que también desarrolla un proceso afectivo donde interviene la autoestima, el autoconcepto, la motivación y el apoyo y afecto con los otros. Este proceso de desarrollo humano es muy importante y está ligado al proceso de aprendizaje. La motivación de los alumnos por esforzarse, alcanzar unas metas, está relacionada con la aspiración que tengan sobre ello, las posibilidades de éxito que perciban, la persistencia que se necesite en las tareas.

El autoconcepto y la autoestima también son muy relevantes para los alumnos, porque dependiendo de si tienen creencias y valores positivos o negativos sobre su persona, sus cualidades y capacidades, van a desarrollar un proceso de aprendizaje u otro.

En segundo lugar, el clima de la clase es muy importante; si ellos lo ven como un lugar donde no se sienten valorados y tienen miedo a mostrar sus debilidades, van a tener resultados negativos. En cambio, si el clima del aula es positivo, se valora el crecimiento y desarrollo así como las contribuciones de los alumnos, estos van a lograr resultados académicos mucho mejores.

Por último, las expectativas del alumno influyen de manera significativa en el aprendizaje, según el "efecto Pigmalión" de Rosenthal, que puede definirse, de acuerdo con Buron (1988), como: *El proceso por el cual las creencias y expectativas*

de un individuo afectan de tal manera en su conducta que esta provoca en los demás una respuesta que confirma esas expectativas.

Los alumnos crean un clima más positivo, van interactuar más con el docente, todo esto les va permitir un rendimiento mayor cuando sus expectativas se ven cumplidas.

En el aula se fomenta un clima de trabajo tranquilo, de reflexión, de retroalimentación, de apoyo y afecto entre el grupo, aumentando las posibilidades de éxito en el aprendizaje.

En los grupos se desarrollan relaciones interpersonales, de lazos afectivos, aumentando la motivación del alumno, su éxito académico y por tanto su autoconcepto y autoestima son más positivos. Esto se produce con la cohesión grupal, el apoyo, el adaptar su aprendizaje a las necesidades de los alumnos.

En el AC es esencial la diversidad, se produce un intercambio de opiniones, interpretaciones, conflictos cognitivos entre los distintos miembros del grupo. El alumno se desarrolla personalmente, ya que construye su propio pensamiento, conoce sus debilidades y fortalezas, adquiere estrategias y destrezas y aprende a respetar y a valorar las opiniones de los demás.

3.1.6. La Teoría de las Múltiples Inteligencias de Gardner

Gardner afirma que el ser humano tiene ocho inteligencias diferentes y que las distintas combinaciones entre ellas hacen que las personas sean distintas y únicas. Cada persona tiene desarrollada una inteligencia más que otra, por lo que cada uno es inteligente de diferente manera. En función del desarrollo biológico que tenga el alumno, de su interacción con el entorno y de la cultura recibida, tendrá una más desarrollada que otra.

Los docentes deben conocer muy bien las ocho inteligencias que tienen los alumnos y, al mismo tiempo, llevar a cabo un proceso de enseñanza, donde puedan fomentar y reconocer cada una de ellas en los distintos campos de aprendizaje.

En la siguiente tabla se explica claramente, para cada una de las inteligencias, en qué aspectos el alumno destaca más que en otros, qué le gusta hacer y qué es lo que aprende mejor, en función del nivel de desarrollo de su inteligencia.

Tabla 1. Las ocho inteligencias en el alumno

	DESTACA EN	LE GUSTA	APRENDE
Verbal-lingüística	Lectura, escritura, narración de historias, memorización de fechas, palabras.	Leer, escribir, contar, cuentos, hablar, memorizar.	Leyendo, escuchando y viendo, hablando, escribiendo y debatiendo.
Lógico-matemática	Matemáticas, razonamiento, lógica, resolución de problemas, pautas.	Resolver problemas, trabajar con números, experimentar.	Usando pautas y relaciones, clasificando, trabajando con lo abstracto.
Espacial	Lectura de mapas, gráficos, dibujando, laberintos, puzles, imaginando cosas, visualizando.	Diseñar, dibujar, construir, crear, mirar dibujos.	Trabajando con dibujos y colores, visualizando, usando su ojo mental, dibujando.
Corporal kinestésica	Atletismo, danza, arte dramático, trabajos manuales, utilización de herramientas.	Moverse, tocar y hablar, lenguaje corporal.	Tocando, moviéndose, procesando información a través de sensaciones corporales.
Musical	Cantar, reconocer sonidos, recordar melodías, ritmos.	Cantar, tocar un instrumento, escuchar música.	Ritmo, melodía, cantar, escuchando música y melodías.
Interpersonal	Entendiendo a la gente, liderando, organizando, comunicando, resolviendo conflictos.	Tener amigos, hablar con la gente, juntarse con gente.	Compartiendo, comparando, relacionando, entrevistando, cooperando.
Intrapersonal	Entendiéndose a sí mismo, reconociendo sus puntos fuertes y debilidades, establecer objetivos.	Establecer objetivos, planificar, reflexionar, seguir sus intereses.	Haciendo proyectos a su propio ritmo, teniendo espacio, reflexionando.
Naturalista	Entendiendo la naturaleza, haciendo distinciones, identificando la flora y la fauna.	Participar en la naturaleza, hacer distinciones.	Trabajar en el medio natural, explorar, aprender acerca de plantas y seres vivos

Fuente: Laboratorio de Innovación docente JRO.

Por tanto, los docentes debemos ayudar a desarrollar esas inteligencias. Los modelos tradicionales se preocupaban solo en desarrollar lo lingüístico y matemático.

El AC va a fomentar todas las inteligencias, con las distintas actividades y experiencias educativas, el alumno va poder desarrollar sus habilidades y destrezas en cada una de ellas. Al mismo tiempo, las va mejorar con el grupo, aprendiendo unos de otros.

Con el AC se adquiere una mayor habilidad en la inteligencia interpersonal. La interacción con el grupo va fomentar la ayuda al otro, el apoyo, las relaciones positivas entre los compañeros, la resolución de conflictos de una forma constructiva, la planificación, organización, el ponerse en el lugar del otro, la comunicación, la diversidad de opiniones...

Este método va favorecer la flexibilidad en las actividades educativas, pudiendo desarrollar unas habilidades más que otras, y además favorece el reconocimiento con la evaluación. Este reconocimiento va motivar al alumno y aumentar su autoestima.

3.1.7. El Conductivismo

El docente debe reforzar las conductas positivas de los alumnos y castigar las negativas, de tal forma que el alumno sea consciente de que las distintas conductas conllevan consecuencias diferentes.

Esta teoría sostiene que los estudiantes van a responder o trabajar en las tareas que tengan una recompensa. El AC tiene esos incentivos, que motivan la participación del alumno en la realización de las tareas grupales.

Una vez que conocemos la base sobre la que se sustenta este método de AC, vamos analizar a fondo en qué consiste y cómo puede beneficiar al proceso de enseñanza-aprendizaje.

3.2. ORIGEN, DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS

3.2.1. Origen

Este modelo educativo surge del pedagogo norteamericano John Dewey (Vera García, 2009). Este autor hablaba de la importancia del trabajo en parejas en clase para la construcción de conocimientos a partir de la interacción y ayuda.

En el siglo XVI, algunos pedagogos como Saint Simon, Robert Owen, Carlos Fourier o Charles Guide, ya hablaban del trabajo cooperativo como forma de superación de las personas.

En el siglo XVIII, Joseph Lancaster y Bell utilizaban los grupos cooperativos como forma de enseñanza en Inglaterra. Pero fueron Dewey y Parker los precursores, al aplicarlo en proyectos pedagógicos.

En el siglo XIX, Parker abre una escuela lancasteriana en Nueva York donde acaba extendiendo el AC como forma de enseñanza en la educación americana. Esta forma de AC fue continuada por John Dewey.

A partir del siglo XX ya se difunde y es cuando de verdad se establece como método educativo frente al método tradicional individualista, competitivo. Este método cooperativo era muy eficiente para la gran diversidad de culturas y lenguas que había en las escuelas americanas, ya que influía en su aprendizaje de manera significativa y positiva.

Después ya se ha ido extendiendo y desarrollando por Europa y otros países, dándole gran importancia en la enseñanza-aprendizaje. A partir de entonces el AC se ha ido fundamentando en las distintas teorías analizadas en el apartado anterior.

3.2.2. Definición del AC

Existen muchas definiciones, según distintos autores. Todos ellos enfocan el AC en su dimensión instruccional, centrado en los alumnos distribuidos en pequeños grupos. Algunas de las definiciones son:

- El AC es *un método de aprendizaje basado en el trabajo en equipo de los estudiantes. Incluye diversas y numerosas técnicas en las que los alumnos trabajan conjuntamente para lograr determinados objetivos comunes de los que son responsables todos los miembros del equipo* (Gómez Gutiérrez,2007)

- Cooperar significa trabajar juntos para lograr objetivos compartidos; dentro de las actividades cooperativas los estudiantes buscan los resultados que son beneficiosos para ellos mismos y para los otros miembros del grupo. Se trabaja en grupos para maximizar su propio aprendizaje y el de los demás (Johnson y Johnson, 1991)

- El AC se define como el trabajo en grupo que se estructura cuidadosamente para que todos los estudiantes interactúen, intercambien información y puedan ser evaluados de forma individual por su trabajo (Fathman y Kessler, 1993)

- El AC es *un grupo de procedimientos de enseñanza que parten de la organización de la clase en pequeños grupos mixtos y heterogéneos donde los*

alumnos trabajan conjuntamente de forma coordinada entre sí para resolver tareas académicas y profundizar en su propio aprendizaje (Otero, 2009)

Hay diferencias entre lo que puede ser el aprendizaje colaborativo y el AC. En principio, parecen ser el mismo método de enseñanza; de hecho, muchos autores los tratan como sinónimos uno del otro. Sin embargo, se pueden destacar algunas diferencias claras entre ambos.

El AC requiere que las actividades estén más estructuradas y preparadas por el profesor, mientras que en el colaborativo los alumnos disponen de más autonomía y son ellos quienes toman el control de las interacciones y de la actividad. En el AC el profesor debe llevar un seguimiento de las interacciones y funcionamiento para que la actividad tenga los resultados que se esperan.

3.2.3. Características del AC

De acuerdo con Johnson y Johnson (1999) los elementos esenciales del AC son:

- Interdependencia positiva. Cada miembro debe pensar en el grupo y no en el “yo estoy primero”. El trabajo en grupo, es fundamental el esfuerzo individual de cada uno y sus aportaciones para el éxito del conjunto. Todos los miembros del equipo tienen que aprender los contenidos para alcanzar el objetivo del grupo. Las tareas de aprendizaje deben ser incentivadas con alguna recompensa para que empujen a los alumnos al esfuerzo cooperativo y por tanto al éxito grupal.

- Responsabilidad individual y grupal. Cada alumno tiene la responsabilidad de aprender individualmente y de que los miembros del grupo aprendan también. Se puede evaluar el esfuerzo tanto individualmente como grupalmente, dando una calificación al grupo. Cada alumno es responsable de aportar su parte para el logro del éxito grupal.

- Agrupamientos heterogéneos. En el grupo, debe existir diversidad de género, etnia, rendimiento académico, interés por la materia, integración social, necesidades educativas especiales y habilidades grupales. Con este tipo de agrupamientos se van a complementar unos discentes con otros, van a resolver conflictos cognitivos y a desarrollar nuevas habilidades y destrezas. Es aconsejable que los grupos oscilen entre las tres y las cinco personas, dado que en los grupos pequeños se va a lograr una mayor cooperación y participación de los miembros, una toma de decisiones más rápida y una cohesión más elevada.

- Habilidades interpersonales y grupales. Además de adquirir los conocimientos, se deben desarrollar ciertas habilidades prácticas en los alumnos. Los estudiantes aprenden a organizarse en grupo, normas esenciales para cooperar, habilidades de funcionamiento del grupo en el desempeño de las tareas, para comunicarse, la interacción interpersonal, resolución de conflictos...

- Interacción promotora cara a cara. Los alumnos deben estar en grupos, mirándose todos cara a cara, para que se produzca esa interdependencia positiva. Se debe dar tiempo para que el grupo se forme y se desarrolle, y así conseguir el éxito.

- Evaluación del procesamiento grupal. Reflexionar sobre las acciones tomadas por el grupo, el funcionamiento y organización llevada a cabo en la actividad. De esta forma se puede aumentar la eficacia de los miembros del grupo y conseguir mejores resultados.

Estos son los elementos que caracterizan y ponen en marcha el AC. Se van a ir trabajando poco a poco, hasta que lleguen a formar una estructura de cooperación eficiente.

3.3. COMPETENCIAS QUE CONTRIBUYE A DESARROLLAR

Son diversas las competencias que los alumnos desarrollan cuando aplican métodos de aprendizaje basados en la cooperación. De Miguel (2005) apunta las siguientes:

- Habilidades intelectuales: Controlan y gestionan su conocimiento. Adquieren distintas estrategias de aprendizaje y de cooperación: colaboración, investigación y actitud crítica. Resolución creativa de problemas. Aprenden a resumir y sintetizar.

Logran un manejo en la búsqueda, selección, organización y valoración de la información. Comprensión profunda de conceptos abstractos esenciales para la materia. Adaptación y aplicación de conocimientos a situaciones reales.

- Habilidades de comunicación: Mejora la expresión oral, la planificación y estructuración del discurso, manejo de la asertividad, claridad y organización en la exposición, adapta el discurso según el *feedback* recibido, expresa sus opiniones y plantea cuestiones.

- Habilidades interpersonales. desempeño de roles (líder, organizador, portavoz...) y expresar acuerdos y desacuerdos, resolver conflictos, trabajar

conjuntamente, mostrar respeto, expresar apoyo, capacidad de coordinación, de cohesión, pedir aclaraciones, mediar en conflictos...

- Organización y gestión personal: los alumnos adquieren habilidad en la planificación de los tiempos, distribución de tareas. Saben afrontar la incertidumbre, verificar la existencia de consenso y comprensión, centrar al grupo en su trabajo. Los discentes elaboran y modifican sus conocimientos a partir de las ideas de otros. Aprenden a regular el tiempo de trabajo, ceñirse y centrarse en la tarea.

3.4. VENTAJAS E INCONVENIENTES

3.4.1. Ventajas (Gómez ,2007)

El AC favorece y tiene los siguientes beneficios:

- Aumenta la motivación por la tarea, la autoestima y el autoconcepto. Las creencias de que pueden conseguir el éxito se ven incrementadas y esto incentiva el esfuerzo y las expectativas de los alumnos.

- Propicia las relaciones entre los estudiantes. Enseña a compartir responsabilidades

- Fomenta actitudes de implicación y de iniciativa en la tarea.

- Logra un grado de comprensión de lo que se hace, cómo se hace y por qué se hace. Se consiguen habilidades intelectuales superiores (niveles cognitivo y metacognitivo)

- Se obtiene mayor productividad y rendimiento escolar.

- Promueve el respeto y comprensión por los otros.

-Fortalece la habilidad de opinar y escuchar. Desarrolla la tolerancia, la flexibilidad y la apertura hacia los demás.

- Desarrolla habilidades interpersonales para resolver conflictos y problemas.

-Calidad del trabajo realizado. Enseña a organizarse y a planificar las tareas y los roles que tiene cada uno para lograr un mejor resultado.

-Grado de dominio de procedimientos y conceptos. Mayor riqueza del aprendizaje de los diferentes contenidos, gracias a las actividades y tareas realizadas.

-Aprovecha la diversidad de la clase e integra a los que tienen necesidades especiales. Fomenta el desarrollo del pensamiento crítico y de orden superior.

-Adquisición de estrategias de argumentación, de expresión, lenguaje más elaborado en los debates grupales e intercambios.

-Aprendizaje de las competencias sociales (comunicación, relación, resolución de conflictos...)

-Favorece un clima de confianza y compañerismo que contribuye a la superación de las dificultades que puedan tener alguno de los alumnos.

-Fomenta el talento y la creatividad de los alumnos.

3.4.2. *Inconvenientes:* (Gómez, 2007)

El AC presenta ciertas dificultades en su aplicación:

- Requiere una participación muy activa de todos y cada uno de los miembros del grupo, lo cual no es fácil de conseguir.

- Precisa de mucha constancia y paciencia por parte del profesor en las fases iniciales. Las actividades tienen que estar muy bien estructuradas y con el objetivo muy claro desde el inicio. Dificultad en el resultado del ejercicio cooperativo. No es una suma de trabajos y esfuerzos individuales. Actitudes individualistas de los alumnos.

- Los grupos muchas veces no avanzan, se encasillan en seguir una estrategia, aunque sepan que no funciona.

- Falta de tiempo de preparación previo al desarrollo de la tarea común, para que empiecen a fluir las ideas en el grupo.

- Resistencia de los alumnos al cambio de paradigma de trabajo en equipo.

- Falta de formación en el profesorado para diseñar esta metodología.

- Ritmos diferentes de trabajo, de aprendizaje y de resultados académicos.

3.5. CONDICIONES QUE DEBEN DARSE PARA EL APRENDIZAJE COOPERATIVO

Para llevar a cabo el AC deben darse unas condiciones esenciales o pautas a tener en cuenta (Johnson y Johnson, 1994):

- Cooperación. Crear un clima seguro, de confianza, de libre expresión, de trabajo, escucha, reflexión que permita a los estudiantes conocerse y cooperar juntos. Esto requiere tiempo y esfuerzo.

- Escuchar cada una de las aportaciones de los miembros del grupo, que nos pueden llevar a desarrollar otras y a modificar nuestro propio pensamiento.

- Comunicación. Hacer aportaciones al grupo y expresar las opiniones propias.

- La responsabilidad individual en qué pueden cooperar y lo que pueden aportar al grupo.

- En equipo, tener en cuenta la diversidad en el grupo, las distintas expectativas e interpretaciones de las cosas. Esto nos puede llevar a resultados muy positivos en la construcción de conocimiento y, por tanto, en nuestro aprendizaje.

- Autoevaluación y evaluación compartida. Evaluar la resolución de conflictos cognitivos, el proceso de toma de decisiones de grupo, de escucha de todas las propuestas y el desarrollo del trabajo. Esto ayuda a mejorar los resultados del grupo para los próximos trabajos.

3.6. GRUPOS DE APRENDIZAJE COOPERATIVO

En el AC la formación de los grupos es fundamental ya que de ello dependen los resultados de la actividad y el nivel de aprendizaje de los alumnos. Con el AC cambia el enfoque de grupo que se tenía en las estrategias tradicionales de enseñanza, como se refleja en la Tabla 2.

Tabla 2. Grupos de trabajo. Diferencias entre el método de AC y el tradicional

Aprendizaje cooperativo	APRENDIZAJE INDIVIDUALISTA TRADICIONAL
Interdependencia positiva: interés por el rendimiento máximo de todos los miembros del grupo.	Interés por el resultado del trabajo.
Responsabilidad individual asumida en la tarea.	Responsabilidad grupal.
Grupos heterogéneos.	Grupos homogéneos.
Liderazgo compartido.	Un solo líder.
Responsabilidad de ayudar a los demás miembros del grupo.	Libre elección de ayudar a los miembros del grupo.
Meta: aprendizaje máximo posible.	Meta: realización de la tarea asignada.
Enseñanza de habilidades sociales.	Se dan por supuestas las habilidades interpersonales.
Tarea del profesor: intervención directa y supervisión del trabajo en equipo	Función del profesor: Evaluación del producto.
El trabajo se realiza fundamentalmente en el aula.	El trabajo se realiza normalmente fuera del aula.
Se valora la socialización, la adquisición de competencias sociales, el valor de la diversidad, de los distintos puntos de vista, la cooperación para el logro de los objetivos.	Priman las actitudes competitivas en el logro de los objetivos de aprendizaje, estratificación y diferenciación en el aula, la visión única de certeza o error...
El planteamiento didáctico se basa en la comunicación y la interacción entre iguales y con los adultos. Se da importancia a valorar los puntos de vista de todos.	El planteamiento didáctico se basa en el trabajo individual sin comunicación abierta con los compañeros (guardar silencio, no hablar...); a veces la comunicación es castigada o desestimada.
Evaluación participativa. Se evalúa el rendimiento y también las aportaciones, la responsabilidad...	Evaluación del profesor. Se valora casi exclusivamente el rendimiento.
El profesor asume el rol de mediador en los procesos de aprendizaje-enseñanza. Facilitador, animador y referente en los procesos de desarrollo personal y social.	El profesor asume el rol de planificador, docente único, evaluador único y controlador en los procesos de enseñanza-aprendizaje.

Fuente: Gómez Gutiérrez (2007)

Johnson y Johnson (1999) distinguen tres tipos de grupos para el AC:

3.6.1. Grupos formales de aprendizaje cooperativo

En esta modalidad los estudiantes van a trabajar desde una sesión de clase a varias semanas. Puede utilizarse para cualquier materia, tema o actividad que se organice de forma cooperativa.

En este tipo de agrupación se logra una participación activa de los alumnos para organizar el material, resumirlo, integrarlo en el grupo, así como en el desarrollo de la técnica de cooperación que se esté utilizando.

El docente debe organizar la actividad antes de ponerla en práctica. Tiene que fijar claramente los objetivos de la clase, tomar decisiones previas de enseñanza, explicar la tarea y que es la interdependencia positiva a los alumnos, controlar y supervisar su aprendizaje, dar apoyo y asesoramiento a los grupos para mejorar el trabajo interpersonal y grupal y, por último, evaluar el aprendizaje de los discentes y mostrarles el nivel de eficacia alcanzado por el grupo, a fin de que puedan mejorarlo.

3.6.2. Grupos informales de aprendizaje cooperativo

En este tipo de agrupación los alumnos van a trabajar, como mucho, durante una sesión de clase.

El profesor recurre a técnicas informales para una actividad de enseñanza presencial concreta: un vídeo, un ejercicio, una discusión de cinco minutos, una puesta en común después de una clase expositiva... y con esta forma de agrupación el docente se asegura de que los alumnos centran la atención en la actividad, se crea un clima adecuado en grupo y los alumnos asimilan cognitivamente la materia tratada.

3.6.3. Grupos cooperativos con funcionamiento a largo plazo

Son grupos que se forman para trabajar todo un año o durante un largo periodo de tiempo. Se forman grupos heterogéneos cuyos miembros son permanentes. En estos grupos se desarrollan todas características del AC, los alumnos se apoyan, se ayudan, se respaldan, con el propósito de lograr unos resultados académicos favorables. Cada miembro del grupo tiene la responsabilidad de aportar al grupo lo mejor de él durante un amplio periodo de tiempo. Esto les va motivar a esforzarse, a realizar las tareas y a cumplir con las obligaciones que vaya surgiendo para lograr el objetivo común y al mismo tiempo el individual.

En estos grupos, denominados grupos de base, los alumnos van a trabajar en las actividades de rutina en el aula. Cuando estos grupos tengan la estructura cooperativa bien asimilada e implementada por todos sus miembros resultará más fácil el desarrollo diario de las distintas actividades cooperativas en clase. Esto favorecerá también el desarrollo cognitivo y social de los alumnos.

Cuando el docente haya utilizado varias veces grupos cooperativos informales, formales y de largo plazo, no va necesitar planificarlo previamente con mucho tiempo, puesto que las actividades se desarrollaran con facilidad.

3.7. TÉCNICAS DE APRENDIZAJE COOPERATIVO

Pueden distinguirse métodos de AC formales e informales, vamos analizar cada uno de ellos (Otero, 2009)

3.7.1. Técnicas formales de AC

- *Trabajo en equipo-logro individual -TELI- (Rober Slavin)*

Se forman grupos heterogéneos de 4 personas. El profesor explica los contenidos y entrega una hoja de ejercicios y otra hoja con las soluciones. Los alumnos tienen que debatir como resolver cada ejercicio y luego comparan sus respuestas, solucionando los errores que pueda tener alguno de los miembros del grupo. Una vez que tengan la solución, la comparan con la hoja de respuestas, si está bien continúan con el siguiente ejercicio y, en caso contrario, tratan de llegar a la solución correcta. Cuando todos tengan su hoja de ejercicios resuelta, se preparan para una evaluación individual.

Una vez que el grupo esté listo, el profesor realiza una prueba individual con ejercicios similares a los resueltos en el grupo. Con esto se comprueba si todos los alumnos han comprendido la materia.

La calificación obtenida por cada alumno se compara con la alcanzada en ocasiones anteriores, para ver si va mejorando su trabajo o superando su nivel de rendimiento.

Por último, se suman las calificaciones obtenidas por cada uno de los miembros del grupo y se otorgan las recompensas grupales en función de si han superado o no el nivel mínimo establecido por el profesor.

- *Torneos de juegos por equipos -TJE- (Robert Slavin)*

La primera parte de la dinámica de esta técnica empieza igual que la anterior: el profesor explica los contenidos a los alumnos y después les da una hoja de ejercicios para que la resuelvan, en la que aparecen las soluciones. Una vez que han acordado cómo se resuelve y han contrastado las posibles soluciones entre ellos, se compara con la hoja de respuestas. Si está bien, se continúa con el siguiente ejercicio y, en caso contrario, se buscan los errores.

La segunda parte consiste en un torneo. Se divide la clase en mesas según niveles. El mejor alumno de cada grupo se pone en la mesa 1, así se van numerando las mesas con arreglo al nivel de rendimiento. Cuatro alumnos por mesa y nivel similar.

El docente le entrega a cada uno un cuestionario con 10 preguntas sobre el contenido dado en clase y con ejercicios similares a los anteriores. Una vez contestado, se contabilizan los aciertos de cada alumno. Se suman los aciertos de los tres miembros de cada grupo y se divide entre tres para saber la calificación grupal. Se dará la recompensa en función del mínimo establecido al inicio de la actividad.

Para realizar el siguiente torneo, en función de los aciertos que hayan tenido los alumnos se sitúan en una mesa u otra (un nivel u otro); el que más aciertos tenga va a la mesa 1, y así sucesivamente, hasta la última mesa, en la que se ubican las cuatro personas que han anotado menos aciertos.

- *Rompecabezas II* (Robert Slavin, a partir de Aronson)

Se divide la clase por grupos heterogéneos. El docente da a cada grupo un tema distinto que tienen que tratar. El tema se separa en diferentes partes y cada miembro del grupo va tener que ser experto en una de ellas.

Una vez que cada experto haya trabajado en su parte, se vuelve a reunir con el grupo y la expone al resto de los miembros.

Cuando todos conocen el tema y lo dominan, el docente lleva a cabo una prueba individual para evaluar su aprendizaje. Como en el método TELI, se suman después todas las calificaciones y se dividen entre el número de miembros del grupo, resultando así la nota grupal. Se les recompensa en función del criterio marcado. También se tendrá en cuenta el rendimiento individual de cada alumno.

- *Enseñanza acelerada por equipos -EAE-* (Sharan)

Esta técnica es particularmente adecuada para la asignatura de matemáticas. Se efectúa a los estudiantes una prueba inicial. La unidad didáctica se divide en partes pequeñas y progresivas en aprendizaje. En función del resultado de la prueba inicial que obtenga cada miembro del grupo empezará por una parte u otra. Cada alumno va a trabajar en sus ejercicios que han de ser acordes a su nivel de rendimiento. Dentro del grupo se van a apoyar, ayudar entre ellos con las dudas, las correcciones y la resolución de los problemas que puedan ir surgiendo. Después en el grupo se verifica si los ejercicios que van haciendo cada uno están o no bien resueltos. Para ello utilizan la hoja de resultados.

Una vez que hayan terminado una unidad didáctica se les entrega un cuestionario individual. Estos cuestionarios son corregidos por los alumnos que el profesor haya indicado previamente.

Cada semana el profesor contará los ejercicios realizados por los miembros de cada grupo. Por último, se les dará una recompensa en función de sus resultados.

- *Lectura y escritura integrada cooperativa -LEIC-* (Robert Slavin)

Con esta técnica se desarrolla la enseñanza de la lectura y escritura en niveles superiores de la enseñanza media.

El profesor explica la actividad, sus objetivos y los contenidos a trabajar. Los alumnos se organizan en grupos formados por parejas. Cada pareja va a hacer actividades de tres tipos. La primera de tipo cognitivo: los alumnos de cada grupo se leen el uno al otro, cuando ya lo han leído, estos tendrán que predecir la historia, responder preguntas sobre vocabulario, sobre la historia...La segunda actividad de tipo comprensiva, en la que los alumnos resumen la historia y extraen la idea principal. Y, por último, una actividad de tipo expresiva, donde los discentes tienen que realizar talleres de escritura, bocetos, textos, que luego van a revisar y editar sus compañeros.

La evaluación la efectúan los compañeros del grupo de trabajo. Una vez llevada a cabo, harán una prueba individual. El promedio de las calificaciones de esa prueba, junto con los trabajos realizados de escritura, tendrán una evaluación de grupo. En función de ella recibirán su recompensa o no.

- *Investigación grupal* (Sharan)

Los alumnos se reparten en grupos entre 2 y 6 personas. Cada grupo escoge un aspecto específico de la unidad didáctica a tratar. Los alumnos y el profesor planifican las pautas a seguir y fijan los objetivos a alcanzar por cada grupo.

Deberán plasmar las ideas de una manera clara e interesante para luego exponerlas. Cada grupo debe hacer una presentación atractiva, para que los alumnos se interesen por el tema y deseen saber más.

Al final se hace una evaluación por el profesor y por la aportación de cada grupo.

- *Aprender Juntos* (Roger Johnson y David Johnson)

Se forman grupos de trabajo heterogéneos de 4 o 5 personas. Van a trabajar una serie de actividades propuestas por el profesor, cuando las terminen, realizarán una actividad grupal. Esta última actividad será evaluada por el profesor y reconocida con una recompensa.

3.7.2. Técnicas informales de AC

- *Estructuras de aprendizaje cooperativo* (Spencer Kagan)

El profesor expone un problema a toda la clase, reflexionan cada uno de los estudiantes sobre ello, y luego se ponen por parejas para debatirlo. Por último, se exponen las conclusiones a la clase.

Otra manera de aplicar esta estrategia es que cada alumno escriba en un papel, por un lado, el problema que haya tenido en la realización de alguna tarea y, por el otro, la solución que da cada alumno al problema. Por grupos se van a intercambiar las tarjetas y trabajarán sobre ellas.

- *1-2-4* (Pujolás)

El profesor lanza una pregunta a sus discentes, y estos tienen que reflexionar sobre la respuesta. Por parejas tendrán que tomar una única solución correcta. Y finalmente el grupo entero tiene que llegar a un consenso sobre la respuesta más adecuada.

- *Parada de tres minutos*(Pujolás)

El profesor está explicando el tema y hace una parada de tres minutos. En esa pausa los alumnos tendrán que plantear tres preguntas sobre la materia explicada hasta el momento y lanzárselas a otro grupo. Una vez resueltas todas, el profesor prosigue con su explicación hasta la próxima parada de tres minutos.

- *Lápices al centro* (María Jesús Talión, Nadia Aguiar)

El docente entrega una pregunta a cada miembro del grupo. Todos los alumnos dejan sus lápices en el centro de la mesa. Uno de los miembros lee la pregunta en voz

alta a su grupo y cada uno de los miembros del mismo tendrá que opinar y comprender la solución. Una vez que todos han hablado, cogen sus lápices y escriben la respuesta. Después seguirán con la pregunta de otro miembro, repitiéndose el proceso hasta que respondan todos.

- *El número (María Jesús Alonso)*

El profesor propone una tarea a realizar por cada grupo. Cada grupo tiene que hacerla y asegurarse que todos los miembros del grupo saben realizarla correctamente. Los alumnos se numeran. El profesor dice un número al azar y esa persona tiene que explicar cómo efectuar la tarea. Si lo hace bien, el grupo obtiene la recompensa.

- *Uno para todos (Pujolás)*

Los alumnos trabajan varios ejercicios en grupo. Todos los alumnos tienen que escribirlos en su cuaderno, asegurándose de que todos del grupo han hecho la tarea.

Cuando acaba el tiempo, el profesor va coger un cuaderno de un miembro de cada uno de los grupos. El profesor lo corrige y la nota que tenga ese alumno es para todo el grupo.

- *Los cuatro sabios (Pujolás)*

El profesor pide a cuatro alumnos de la clase (“los cuatro sabios”) que dominen un tema o contenido específico. Estos alumnos tienen que prepararlo y un día en clase tendrán que explicarlo a sus compañeros. Se harán grupos de cuatro personas, un miembro de cada grupo irá a uno de los cuatro sabios, a que le explique el contenido. Posteriormente, este alumno tendrá que contarlo a su grupo.

- *Lectura compartida (María Jesús Alonso)*

Se forman grupos de cuatro alumnos. El profesor les entrega un texto. En cada grupo: el alumno A debe leer el primer párrafo, el alumno B debe resumir lo que ha leído su compañero y los alumnos C y D tienen que corregir si lo que se ha dicho está bien.

A continuación, el alumno B lee el siguiente párrafo, el alumno C resume y los alumnos D y A corrigen si está bien explicado. Así sucesivamente hasta que se haya leído el texto completo.

- *Mapa conceptual a cuatro bandas (Adaptación de Pujolàs a partir de Spencer Kagan)*

Una vez que el profesor ha explicado el tema, a fin de resumir y sintetizarlo, el profesor manda hacer, en grupos de cuatro, un mapa conceptual. Cada grupo lo hará de una parte distinta del tema, de tal forma que el conjunto de mapas abarque el tema completo.

En el grupo, cada miembro se va encargar de realizar una parte distinta del mapa conceptual. Va ser responsable de su parte. Luego pondrán en común todas partes, revisándolo todos del grupo. Por último, todos los componentes del grupo copian el mapa conceptual en su cuaderno, que les servirá como material de estudio.

- *Mapa conceptual mudo (minirompecabezas)* (Adaptación de Pujolàs a partir de Spencer Kagan)

Antes de empezar el tema, el profesor pide a los grupos que seleccionen cuatro cuestiones en las que les gustaría profundizar. Se reparten las cuestiones en el grupo. Cada miembro del grupo forma otro equipo conforme a la cuestión que tenga y todos tienen que trabajar a partir del material que les ha dado el profesor. Cuando tengan el trabajo hecho, los miembros vuelven a su grupo inicial e intentan hacer un mapa conceptual “mudo” del tema completo, a partir de lo que han trabajado en los otros grupos.

- *El juego de las palabras (Pujolàs)*

El profesor da unas palabras claves sobre el tema que se está tratando. Los grupos tienen que explicar o formar una frase con ellas. Esto se pone en común y se hace un resumen de las ideas principales del tema.

- *La sustancia (Pujolàs)*

El profesor pide a sus alumnos que escriban una frase resumen o una idea principal de lo tratado. Luego, en grupos, discuten si está bien o no, lo corrigen y lo ordenan de manera lógica. Seguidamente lo ponen en común entre todos y las copian en el cuaderno para tener las ideas principales del tema.

- *Cooperación guiada o estructurada (O'Donnell y Dansereau)*

Por parejas, ambos leen la primera parte del texto. El alumno A repite lo que ha leído y el alumno B le da la retroalimentación sobre ello. Trabajan juntos la información. Leen la segunda parte del texto, el alumno B repite lo que ha leído y el alumno A da la retroalimentación. Así hasta analizar todo el texto.

- *Tutorías por parejas de toda la clase (Pujolàs)*

Los alumnos trabajan por parejas la función tutor/tutorado. El alumno que hace de tutor presenta problemas al tutorado. Si este da la respuesta correcta se le da un punto; en caso contrario, el tutor le da la solución y el tutorado tiene que copiarla tres veces y corregir el error. A los diez minutos se intercambian los roles. Luego se suman los puntos por parejas y se les da la recompensa.

- *Revisar la tarea* (David y Roger Johnson)

Los alumnos se ponen en sus grupos de base y sacan la tarea hecha de casa. Uno de los integrantes va a la mesa del profesor a por la carpeta de su grupo. En el grupo tienen que ir revisando la tarea. Un miembro del grupo va explicando cómo hacerlo y el resto verifica si está bien. Todos tienen que asegurarse que lo entienden. Después el alumno que cogió la carpeta tiene que apuntar si todos han hecho la tarea. Y la vuelve a llevar a la mesa del profesor.

También se puede revisar por parejas, un miembro de la pareja lee la pregunta y el otro miembro la responde. Si no está de acuerdo el compañero lo corrige. Y se van intercambiando los roles.

- *Mira el resumen de tu vecino* (David y Roger Johnson)

El profesor pide a un alumno que resuma lo que ha explicado o responda a una pregunta. El alumno va explicar lo que ha aprendido y comprendido de la materia. El resto de alumnos tienen que participar activamente, comentando sus respuestas y sus argumentaciones al resto de la clase.

Una vez debatido, se ponen por parejas y comentan su conclusión o resumen de lo hablado. Llegan a una respuesta conjunta. Esta respuesta va ser superior a la que tenían inicialmente, ya que han construido otra mejor a partir de lo argumentado por su compañero.

Por último, el profesor puede pedir a algún alumno que comente la conclusión final a la que ha llegado con sus compañeros.

- *Lectura y explicación por parejas.* (David y Roger Johnson)

El profesor indica a los estudiantes las páginas que tienen que leer en parejas sobre una determinada lectura. Leen el párrafo inicial los dos, después uno sintetiza con sus palabras lo que quiere decir. El otro compañero, corrige, verifica o completa la información aportada. Después continúan leyendo el siguiente párrafo y se cambian los roles.

Al final, tienen que relacionar lo que van leyendo con la información previa de la que disponían y acordar el sentido general del texto.

- *Parejas de ejercitación-revisión* (Roger Johnson y David Johnson)

Los alumnos se distribuyen en grupos de cuatro. Dentro del grupo, trabajan por parejas. El profesor les entrega unos problemas. Uno de la pareja lee el problema y explica el procedimiento a seguir para resolverlo. Después, el otro compañero de pareja lee el siguiente problema y explica cómo resolverlo. Una vez que lo tengan resuelto por parejas, lo ponen en común con la otra pareja del grupo. Si están de acuerdo continúan trabajando por parejas los siguientes problemas y sino discuten hasta llegar a la resolución común.

- *Parejas de escritura y edición cooperativas* (Roger Johnson y David Johnson)

Cuando la actividad requiera que los alumnos escriban una composición, un informe, o repaso de lo que han leído, se forman grupos de dos para realizarlo. El compañero A le cuenta al B lo que va a escribir, el B le hace preguntas sobre ello. Luego el B tiene que esbozar la composición que iba escribir el compañero.

Se invierte el proceso el alumno B explica a su compañero de lo que va tratar su composición, el alumno A le pregunta para averiguar más detalles. Después el A diseña su composición. Ambos ven los esbozos que han hecho sus compañeros y escriben el primer párrafo de forma conjunta. Por último, continúan cada uno la composición de su compañero. Cuando acaban, revisan las composiciones y se corrigen la ortografía, gramática...

- *Parejas cooperativas de toma de apuntes*. (Roger Johnson y David Johnson)

Los alumnos suelen coger notas incompletas, no disponen de habilidades para tomarlas. Tomar notas tiene resultados muy buenos y eficientes. En esta actividad cooperativa van a tomar notas con calidad y cantidad de lo que han aprendido y de los materiales utilizados en la actividad.

Cada diez minutos, más o menos, se para la actividad y revisan las notas con su compañero. El alumno A explica sus notas al alumno B y viceversa. Luego ellos completan sus notas con lo que ha escrito su compañero para mejorar las suyas.

4. APLICACIÓN PRÁCTICA DEL AC EN LA UNIDAD DIDÁCTICA: LA FUNCIÓN COMERCIAL DE LA EMPRESA

4.1. CONTEXTO CURRICULAR

La unidad didáctica que vamos a desarrollar pertenece a la programación de la asignatura de Economía de la Empresa. Según el Decreto 42/2008 de 5 de junio (B.O.C. y L, nº 111, de 11 de junio de 2008), por el que se establece el currículo de bachillerato en la Comunidad de Castilla y León, la materia de Economía de la Empresa se imparte en el segundo curso del Bachillerato de Humanidades y Ciencias Sociales como propia de la modalidad, asignándosele una carga lectiva de cuatro horas semanales.

El contenido de esta materia se centra en la empresa como realidad fundamental de la estructura socio-económica contemporánea. Dado que la problemática de la empresa es muy amplia en esta asignatura se integran los aspectos económicos con otros vinculados a la Sociología de las Organizaciones, el Derecho Mercantil, la Contabilidad y la Teoría de la información, entre otros.

La materia de Economía de la Empresa tiene como objetivo fundamental estudiar qué es una empresa de forma global, relacionando sus elementos internos y observando cómo puede influir en ella el entorno. De esta manera, se pretende actuar en dos niveles amplios: primero, proporcionar contenidos académicos sobre qué es una empresa y, segundo, contribuir a la formación personal de los alumnos de bachillerato que en un futuro próximo tendrán que comenzar a pensar en sus carreras profesionales.

Por lo tanto, la finalidad de esta materia es conocer la empresa como una realidad fundamental de la estructura socio-económica actual, analizando su estructura como sistema organizado –con funciones y objetivos establecidos– y sus conexiones con el entorno, donde se proyecta su influencia y del que recibe continuas exigencias de actualización y adaptación.

La asignatura de Economía de la Empresa constituye, pues, una aproximación a la realidad empresarial entendida desde un enfoque amplio, tanto por atender a la comprensión de los mecanismos internos que la mueven, como por sus interrelaciones con la sociedad. El mundo de la empresa está presente a diario en los medios de comunicación, forma parte de la vida de millones de trabajadores y repercute en todos

los hogares. Por otro lado, la empresa es una entidad en constante transformación, adaptándose a los sucesivos cambios sociales, tecnológicos, políticos..., innovaciones que a su vez generan progresos sociales, pero también inconvenientes e incertidumbres que deben ser valorados en cada caso.

Entender la lógica de las decisiones empresariales con una visión próxima y fundamentada, valorando sus consecuencias desde un punto de vista social, ético y medio-ambiental, fomentando el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones conforma el cometido general de esta materia.

Esta materia introduce al alumnado en el entorno con el que va a relacionarse a lo largo de su vida. Sus contenidos enlazarán con los de diversas materias impartidas a lo largo de la Educación Secundaria como Ciencias Sociales, Educación para la Ciudadanía, Matemáticas, Tecnología, además de con su realidad como consumidor y, también como futuro trabajador o emprendedor.

Economía de la Empresa es un compendio de contenidos asociados a la gestión empresarial que incluye múltiples aspectos procedentes de diversas áreas de conocimiento que parten de la Economía, pero que necesitan igualmente nociones de Derecho, Matemáticas, Sociología, Psicología, Tecnología, Teoría de la Información y Comunicación. Por tanto, posee numerosas implicaciones con el resto de materias que configuran las opciones de bachillerato, especialmente el de Ciencias Sociales, y constituye una referencia para el alumnado en su formación humana. Al mismo tiempo, cumple una función propedéutica de estudios superiores, tanto universitarios como de formación profesional.

Los contenidos de esta materia responden fundamentalmente al interés de la sociedad actual por la formación en el ámbito económico y administrativo. Además, también atienden a otros tipos de itinerarios formativos, para los cuales son útiles las capacidades de relación y de comunicación, de utilización de técnicas de tratamiento de la información, de iniciativa y de autonomía, de conocimiento e interpretación de estados de cuentas y memorias anuales y, en general, todas las aptitudes trabajadas en el seno y en el entorno de la empresa, que cada vez son más necesarias.

Tampoco hay que olvidar la contribución de la materia de Economía de la Empresa a la formación común de los estudiantes a partir del desarrollo de habilidades sociales de integración en grupos y organizaciones y, en conjunto, de capacidades que favorecen la transición a la vida laboral activa y adulta.

En lo que atañe a la enseñanza de la materia y a los procesos de aprendizaje de los alumnos, los aspectos metodológicos adquieren gran relevancia. Por ello, considerando los conocimientos que los alumnos tienen de la realidad que les rodea, así como sus expectativas e intereses, en estas páginas se propugna el aprendizaje significativo de la materia, a la par que se tiene presente la realidad cambiante de los diversos elementos que la conforman, junto con la implantación y utilización de las tecnologías de la información y las comunicaciones. A través de actividades eminentemente prácticas se han de propiciar las condiciones favorables para que el discente despliegue una actividad mental creativa y diversa que le permita la adquisición de conocimientos y experiencias necesarios.

Por la naturaleza de la materia, se hace necesario utilizar algunos recursos didácticos específicos para entender la actividad empresarial, con la finalidad de que el alumnado conozca y analice hechos e informaciones del ámbito de la empresa. Igualmente, se ofrecerá al alumno la posibilidad de aplicar los conocimientos y las técnicas adquiridas a la elaboración de algún pequeño proyecto y a la resolución de supuestos sencillos y cercanos al mismo.

Finalmente, como recurso metodológico para contribuir al intercambio de conocimientos y experiencias, fomentar el AC y valorar la realidad empresarial, se potenciará el trabajo en grupo en todas aquellas actividades que lo permitan.

4.2. CONTEXTO EDUCATIVO

El centro docente en el que se va a desarrollar esta unidad didáctica es el Colegio Nuestra Señora de Lourdes, situado en Valladolid, Calle Paulina Harriet, 22. El colegio es religioso, concertado y bilingüe. Se encuentra en la zona centro de Valladolid, donde vive una amplia franja de población de clase media-alta. Es una zona de tendencia conservadora, con una media de edad elevada, escasa presencia de inmigrantes y sin graves problemas sociales.

El centro imparte diversas etapas del sistema educativos, desde los 0 hasta los 18 años, y en la actualidad consta de 14 aulas de Educación infantil, 18 de Educación primaria, 16 de Educación secundaria y 8 de bachillerato, de las modalidades de Ciencias y Tecnología y de Humanidades y Ciencias Sociales. Cuenta con amplias instalaciones y unos medios y recursos adecuados, que se van actualizando y mejorando paulatinamente.

La mayor parte de los alumnos no tiene demasiadas dificultades para superar los objetivos académicos y cuando no es así se tiende a buscar la solución fuera del ámbito familiar, contratando profesores particulares. Favorecen un exceso de protección y apoyo.

Los alumnos son cercanos y respetuosos, educados, espontáneos, naturales y directos. Guardan bien las formas y no suelen ser conflictivos. Cuanto más pequeños, más participativos y comunicativos. Son creativos y tienen un gran sentido de pertenencia al centro. Cuentan con buenas capacidades intelectuales y, por lo general, buen ritmo de trabajo, con algún altibajo durante el curso. Son dóciles, receptivos, correctos y afectivos; son sensibles a la solidaridad y justicia, y no rechazan la colaboración. Responden positivamente cuando se les hacen propuestas.

Tienen buena predisposición al voluntariado y a las campañas solidarias. Son respetuosos ante el tema religioso, aunque un tanto indiferentes en su respuesta.

Presentan poca problemática social, sin casos de absentismo y una escasa presencia de trastornos y deficiencias. Tienen fácil acceso a las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones -de las que en ocasiones abusan- y a la cultura. Muchos de ellos acuden a clases particulares y actividades extra-escolares.

Los alumnos se hallan muy influenciados por los medios de comunicación y por las marcas.

Aunque globalmente muestran preocupación por los estudios, algunos alumnos desconectan de lo escolar por falta de motivación y de constancia en el trabajo.

En el colegio no existe un departamento propio de la rama de Economía. Los profesores pertenecen al Departamento de Ciencias Sociales. Hay dos profesores que se encargan de impartir las asignaturas de Economía: Iniciativa Emprendedora, en cuarto de la E.S.O., Economía, en 1º de Bachillerato, Economía de la Empresa, en 2º de Bachillerato, y Fundamentos de Administración y Gestión, también en 2º de Bachillerato.

Valores del Colegio

- Al servicio de la persona. El centro constituye un ámbito de aprendizaje y desarrollo de las personas, de su potencial creativo, tanto a nivel individual como social. Los educadores ejercen de mediadores entre el alumno y el aprendizaje.

- Con una propuesta de valores. El centro propicia en los alumnos una actitud positiva, libre y decidida, de modo que consigan orientar sus vidas con pleno sentido.

- Suscita la responsabilidad. Se ayuda a los estudiantes a tomar decisiones coherentes con sus valores y creencias, conscientes de las obligaciones y de las consecuencias que ello conlleva.

- Desarrolla la creatividad. Contribuye al crecimiento personal, fomentando la creación, iniciativa y a ser críticos con los que les rodea.

- Estimula la convivencia, la aceptación mutua, el trabajo en equipo, las relaciones fraternas, el respeto de las opiniones y de todas las creencias, ideas o costumbres.

- Promueve la justicia, la toma de conciencia por parte de los alumnos de las injusticias sociales y de la necesidad de comprometerse en favor de una sociedad más justa y fraterna. Dar importancia a la ecología, la paz, los derechos del niño y la cooperación desinteresada para el logro del bien común.

- Cultiva la interioridad. Ayudan a los alumnos a comprender e interpretar los hechos y a interiorizar las normas que favorezcan el crecimiento interior.

- Modelo educativo abierto a la trascendencia, creen en el valor transformador de la fe.

Estilo pedagógico

- Coherencia y renovación metodológica. La metodología se rige por criterios que buscan la calidad educativa, la respuesta a las necesidades de los discentes, el rigor científico, el trabajo cooperativo, la autonomía responsable y el desarrollo de los avances tecnológicos y los medios didácticos más eficaces.

- Educación centrada en el alumno. Ayuda a cada alumno a ser conscientes de sus esfuerzos, éxitos o dificultades en el aprendizaje.

- Atención a la diversidad. Educación orientada hacia el desarrollo de las peculiaridades de cada persona, respetando sus ritmos y capacidades.

- Educación en el desarrollo intelectual. Cada alumno tiene la oportunidad de desarrollar todas sus habilidades cognitivas y adquirir una sólida cultura.

- La pedagogía del AC. Los alumnos del colegio de Lourdes se sienten implicados en actividades de AC y colaboran en la resolución de problemas y

conflictos, en la toma de decisiones, en actividades de atención a compañeros con más necesidades.

- Uso de nuevas tecnologías. El centro incorpora los avances de las nuevas tecnologías que contribuyen a mejorar la calidad educativa y la profesionalidad de los docentes.

- Formar en la comunicación. Potencia la enseñanza de idiomas, este centro educativo ayuda a conocer y apreciar los distintos lenguajes, para saber expresarse y enriquecer la comunicación.

- Educar la conciencia crítica, percibir el mundo y los hechos que se producen en él con un sentido crítico.

- Educar para el ocio y el empleo del tiempo libre. Práctica del deporte, organización de los grupos y asociaciones.

- Evaluación de la propuesta educativa. La evaluación es importante como medio de diálogo, comprensión y mejora de la práctica educativa.

4.3. JUSTIFICACIÓN

Conforme al Real Decreto 1467/2007, de 2 de noviembre, en el que se establece la estructura del bachillerato y se fijan sus enseñanzas mínimas, corresponde a la Comunidad de Castilla y León, de acuerdo con las competencias atribuidas en el artículo 73 de su Estatuto de Autonomía, establecer el currículo propio correspondiente a esta etapa educativa para su aplicación en los centros pertenecientes a su ámbito de gestión.

Como ya se ha apuntado, la unidad didáctica desarrollada en este trabajo se encuadra en la asignatura de Economía de la Empresa de 2º de Bachillerato.

En esta asignatura vemos que la empresa no es una unidad aislada, al contrario, desarrolla su actividad en un entorno concreto con el que se relaciona constantemente, en el que influye y por el que se ve influido, asumiendo, en consecuencia, una clara responsabilidad social.

Las empresas son elementos fundamentales en la estructura socioeconómica de un país, producen bienes y servicios, crean riqueza, empleo, satisfacen necesidades de los consumidores y, gracias a la innovación tecnológica que realizan, impulsan el

progreso económico y contribuyen a la cohesión y transformación de la sociedad en la que están inmersas.

En la actualidad, vivimos en un mundo muy competitivo, de ahí la labor tan importante que lleva a cabo el departamento comercial: permite a la empresa mantener el contacto con los consumidores y averiguar sus necesidades para fabricar los bienes que las satisfagan, de tal forma que se generen intercambios beneficiosos para ambas partes.

Dentro de esta unidad didáctica, veremos la evolución histórica del concepto de *marketing*, cómo se lleva a cabo el proceso de planificación y las distintas estrategias que puede seguir la empresa.

También profundizaremos en el tema del *marketing* de la empresa. Una vez que los alumnos identifican las necesidades de los consumidores, tienen que plantearse cómo satisfacerlas mejor que sus competidores; para ello, nos adentraremos en las peculiaridades de la política del producto, el precio que se va a fijar, la distribución que se va a utilizar para hacer llegar el bien al consumidor final y los sistemas de promoción que se van a emplear. Se trata por tanto de la parte del *marketing* más relacionada con la forma en la que se presenta el producto final.

Además, nos adentraremos en la realidad de las empresas; y, por otro lado, no podemos olvidarnos de que vivimos en un mundo cada día más globalizado, donde el comercio internacional cobra una relevancia cada vez mayor, haciendo que las empresas contemplen el mundo como un posible mercado donde vender sus productos y, por consiguiente, donde también tienen que implantar sus estrategias de *marketing*.

4.4. OBJETIVOS

Los objetivos expresan las capacidades, habilidades y destrezas que los alumnos deben alcanzar al finalizar el proceso de enseñanza-aprendizaje.

En esta unidad didáctica, atendiendo a las indicaciones del Decreto de Bachillerato de Castilla y León 42/2008, de 5 de junio, y adaptándolas a las características del alumnado de nuestro grupo, se plantean los objetivos específicos que se detallan a renglón seguido.

Los alumnos han de ser capaces de:

- Analizar la actividad económica de las empresas, en especial las del entorno inmediato, a partir de la función específica de cada una de sus áreas organizativas (área comercial), sus relaciones internas y su dependencia externa.

- Identificar las políticas de *marketing* de diferentes empresas en función de los mercados a los que dirigen sus productos.

- Decidir la planificación de *marketing* más adecuada para la consecución de los objetivos empresariales.

- Reconocer la importancia que para las empresas y la sociedad tienen la investigación y las innovaciones tecnológicas, en particular su aplicación en el *marketing*.

4.5. CONTENIDOS

El Decreto de Bachillerato de Castilla y León fija los contenidos generales para la asignatura de Economía de la Empresa en los centros de la comunidad. El decreto divide la asignatura en nueve bloques temáticos. El que vamos a tratar es el bloque VI: la función comercial.

En esta unidad didáctica se pretende que los alumnos adquieran los contenidos propios de la materia, según se divide el temario. Los contenidos conceptuales son los hechos, conceptos y principios que los alumnos tienen que aprender. Los contenidos procedimentales se refieren al saber hacer, a las habilidades y destrezas; por último, los contenidos actitudinales, son actitudes, creencias y valores, que queremos promover en los alumnos.

4.5.1. Contenidos de la materia

- El departamento comercial

Evolución de la actividad comercial

- El mercado

Tipos de mercado

Demanda total y cuota de mercado

- Estudio de mercado

Fases del estudio de mercado

Técnica de recogida de datos primarios

Análisis del entorno general

Análisis de la competencia

Análisis del consumidor

- Comportamiento del consumidor

- La segmentación de mercados

- Posicionamiento de producto

- El *marketing* y sus elementos

Concepto de *marketing*

Elementos del *marketing*

- El producto

Concepto de producto

La marca

Ciclo de vida de un producto

- El precio

Concepto de precios y objetivos

Métodos de fijación de precios

- La promoción

La publicidad

La promoción de las ventas

La venta personal

Las relaciones públicas

La *publicity*

El *merchandising* o la publicidad en el lugar de venta

- La distribución

El canal de distribución

Estrategia de distribución

Canales de distribución alternativos

- El plan de *marketing*
- Aplicación del *marketing* a las tecnologías de la información y las comunicaciones

El comercio electrónico

Marketing y redes sociales

4.5.2. *Contenidos conceptuales*

- *Marketing*. Diferentes enfoques
- *Marketing* estratégico y *marketing* operativo
- Investigación de mercados. Fases y métodos
- Tipos de mercado
- Comportamiento del consumidor
- Planificación
- Estrategias en cartera
- Segmentación. Postsegmentación
- Posicionamiento

4.5.3. *Contenidos procedimentales*

- Identificación de los factores que permiten realizar un análisis de la situación
- Descripción del proceso de planificación de *marketing*
- Explicación de las posibles estrategias a seguir en cuanto a productos y mercados, segmentos y posicionamiento
- Situar los mercados en los que la empresa puede actuar
- Elaboración de un resumen de los contenidos de la unidad

4.5.4. *Contenidos actitudinales*

- Constancia en el estudio de la materia
- Se interese por los mecanismos del funcionamiento del mercado.
- Valoración de las estrategias de *marketing* seguidas por las empresa

- Se sensibilice ante la necesidad de segmentar los mercados e investigarlos comercialmente.
- Se interese por los elementos del *marketing mix*.

4.6. METODOLOGÍA

La metodología es la estrategia educativa destinada a propiciar y promover el aprendizaje. En la etapa de bachillerato ha de cumplir una triple finalidad: Facilitar el trabajo autónomo del alumnado; potenciar técnicas de investigación y aplicar lo aprendido a la vida real.

Las modalidades de enseñanza de las que se hará uso en esta unidad didáctica serán las clases teóricas y las sesiones prácticas. Las clases serán participativas y será el propio alumno el que construya su propio conocimiento. Con tal propósito, se dará un sentido real a todo lo que el alumno vaya aprendiendo.

En las distintas clases se utilizarán los siguientes métodos de enseñanza:

- Expositivo: En las sesiones expositivas se explicarán los contenidos de manera clara, ordenada y coherente, conectándolos con los conocimientos previos del alumnado, de esta manera conseguiremos un aprendizaje significativo. A fin de mantener el interés y la atención durante estas clases y facilitar que los estudiantes personalicen la información recibida, se recurrirá a distintos recursos como la formulación de preguntas, los mapas conceptuales, los esquemas, los ejemplos...

- Aprendizaje cooperativo: Aplicaremos este método en la unidad didáctica. En esta estrategia de enseñanza-aprendizaje los alumnos, además de adquirir los conocimientos, desarrollan habilidades y actitudes muy positivas. Como ya se ha explicado en la primera parte del trabajo, se pretende que con este método los alumnos alcancen los objetivos previstos en la unidad y, al mismo tiempo, asegurar que todos los miembros del grupo lo hacen. En las actividades pondremos en práctica algunos de las técnicas explicadas anteriormente para trabajar el aprendizaje cooperativo.

Las actividades van a ser en grupo; los alumnos tendrán que resolver un problema planteado por el profesor siguiendo las instrucciones y pasos que este les vaya diciendo. Se pretende que los alumnos asimilen los contenidos en situaciones parecidas de la vida real y, a la par, que desarrollen habilidades para la evaluación crítica de los conocimientos adquiridos y la adquisición de nuevos conocimientos.

Tendrán que investigar y trabajar en grupo de tal manera que se promueva en los alumnos el sentido de cooperación como miembros de un grupo para alcanzar una meta común. El éxito del grupo se consigue a partir de la responsabilidad individual de todos y cada uno de los miembros del grupo.

4.7. ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

Los métodos que acaban de exponerse serán aplicados en la realización de las actividades presenciales que a continuación se detallan. Se pretende que estas actividades sean claras, que el alumno sepa lo que tiene que hacer en cada momento, adaptándose a los distintos ritmos de aprendizaje, aprovechando la diversidad en el aula y tratando de que sean variadas y motivadoras.

En concreto, se llevarán a cabo las siguientes actividades:

A. Actividades de introducción: Permiten comprobar los conocimientos previos que tienen los discentes sobre el tema.

B. Actividades de desarrollo y ampliación: Hacen posible que los alumnos organicen y pongan en práctica los conocimientos adquiridos.

C. Actividades de recapitulación: Ayudan a los estudiantes a consolidar la materia impartida durante la unidad didáctica.

D. Actividades de evaluación: Permiten conocer el grado de asimilación y adquisición de los contenidos por parte de los alumnos.

E. Actividades de refuerzo: Sirven para responder a las diferencias individuales entre los alumnos y a sus distintos ritmos de aprendizaje.

A. Actividades de introducción

Actividad 1. Lluvia de ideas

Al inicio de la primera de las sesiones dedicadas a la unidad didáctica, el profesor irá lanzando preguntas a los alumnos y ellos tendrán que responder en alto, mientras se irán apuntando las respuestas en la pizarra. Preguntas como:

- Si tuvierais que comprar unas zapatillas de deporte ¿qué os influiría para que compréis unas y no otras?

- ¿Qué os lleva a comprar productos de marca?

- ¿Algún personaje famoso anuncia ese producto? ¿Quién?
- ¿Dónde las compraríais y en qué otros sitios se pueden comprar?
- ¿Sabéis lo que son los productos de marca blanca? ¿En vuestra casa se consume alguno? ¿Cuál?
- ¿Por qué creéis que se consumen esos productos de marca blanca en lugar de los de una marca conocida?
- ¿Creéis que la empresa tiene en cuenta lo que quieren los consumidores antes de producir? ¿Cómo sabe cuáles son las preferencias de estos?

Actividad 2. Parada de tres minutos

El profesor está explicando el tema, y hace una pausa de tres minutos. En esa parada los alumnos tendrán que plantear tres preguntas sobre la materia explicada hasta el momento. Cuando estén ya planteadas, cada grupo lanzará sus preguntas a otro grupo y este tendrá que responderlas. Una vez resueltas todas, el profesor prosigue con su explicación hasta la próxima parada de tres minutos.

B. Actividades de desarrollo

Actividad 3. Proyecto de trabajo cooperativo.

3.1. Enunciado de la actividad.

En la actualidad vivimos en un mundo muy competitivo, de ahí la labor tan importante que lleva a cabo el departamento comercial: permite a la empresa mantener el contacto con los consumidores y averiguar sus necesidades para producir los bienes que les satisfagan, de tal forma que se generen intercambios beneficiosos para ambas partes.

Cada uno de los grupos vais a ser una empresa que va a lanzar al mercado este año un producto nuevo y atractivo para los consumidores. Podéis elegir una empresa conocida o bien inventaros una nueva. Tenéis que pensar en un producto útil, diferente y novedoso, que creéis que puede tener éxito y cubrir las necesidades y/o deseos de los consumidores.

Por tanto, cada grupo tendréis que pensar en una idea de negocio; diseñar un plan de *marketing* del producto y estudiar el entorno específico del sector al que pertenece la empresa en el que os centréis.

3.2. Presentación de las soluciones

- Descripción del producto; quién es el público objetivo, realiza un estudio de su comportamiento y características, de los principales competidores del producto, así como un análisis DAFO del entorno.

- Desarrollo de las 4 p's del *marketing mix*: precio, producto, distribución y promoción que llevarías a cabo con vuestro producto.

3.3. Criterios de evaluación

La evaluación de cada alumno constará de cuatro notas en grupo y una individual.

- Trabajo en grupo (participación en las actividades, implicación, material, exposición, preguntas...) (grupo)

- Presentación: se valora el contenido y el diseño de la presentación. (grupo)

- *Portfolio* y diario (grupo)

- Trabajo escrito (4 o 5 hojas) (grupo)

- Examen (individual)

3.4. Metodología de trabajo

- Plan de equipo (Anexo 1)

- Elección del producto a desarrollar: debate en grupos.

- Lluvia de preguntas y categorización (Anexo 3)

- Tabla que sé, qué necesito saber (Anexo 4)

- Plan de investigación (Anexo 5)

Pasos a seguir

1. Búsqueda individual de la información

Una vez que han elegido el producto que van a lanzar al mercado, los alumnos tendrán que buscar información sobre el entorno del sector al que pertenece su producto, los consumidores a los que va dirigido, competidores... y desarrollar un plan de *marketing*.

2. Puesta en común de la búsqueda

En la siguiente sesión cada alumno llevará la información que ha buscado, la pondrá en común en el grupo, y se discutirán las ideas de cada uno y la información

encontrada. Debate sobre cómo van a desarrollar el trabajo y planificar la estrategia de *marketing* del producto. Tendrán que rellenar el diario de grupo del día, para plasmar lo que han hecho y planificar lo que van hacer el próximo día.

3. Desarrollo del producto final

Una vez que ya han buscado la información y pensado como van a planificar el *marketing*, tienen que realizar el producto final del trabajo y el *PowerPoint* para la presentación. Se repartirán las tareas. Cada uno será responsable de su parte, que tendrá que plasmar por escrito. Luego se pondrá en común todo el trabajo hecho y se revisará y corregirá cada una de las partes, formando así el trabajo conjunto de todo el grupo.

4. Presentación oral

Cada grupo tendrá que exponer el producto que ha diseñado y explicar el contenido de su presentación. El docente puede llamar a todo el grupo o solo a un miembro para que efectúe la exposición. De esta manera, se asegura que todos han trabajado en el grupo y que saben de la realización del mismo. La nota obtenida por el alumno será la de todo el grupo. Turno de preguntas: Cada grupo tendrá que realizar una pregunta al grupo que está exponiendo.

Tiempo de exposición de cada grupo: 10 minutos (aproximadamente)

Turno de preguntas: 10 minutos.

5. Diario reflexivo del grupo

Cada día, los alumnos tienen que elaborar un diario donde plasmen la siguiente información:

- *Qué hemos hecho*: Qué temas se han hablado en el grupo durante la sesión. Debate, lluvia de ideas, puesta en común de ideas...

- *Cómo lo hemos hecho*: Cómo han seguido el desarrollo de la sesión, cómo se han organizado.

- *Qué hemos aprendido*.

Al final del proceso, tendrán que reflexionar sobre cómo ha sido el desarrollo del trabajo de investigación. En el diario responderán a las siguientes preguntas:

- ¿Qué es lo que me ha resultado más difícil?

- ¿El resultado del trabajo fue como esperabas?

- Si tuviera que volver a realizarlo ¿qué cosas cambiaría?
- ¿Qué momento destacaría del proceso y por qué?

El diario lo incluirán junto con el *portfolio* y el trabajo escrito.

6. Evaluación individual y grupal

Los alumnos evaluarán tanto el trabajo en grupo como su propio trabajo. La ficha de evaluación del grupo figura en el (Anexo 6) y la de evaluación del trabajo en el (Anexo 7). Los alumnos tendrán la posibilidad de evaluar a sus compañeros, autoevaluarse, evaluar al tutor y el proceso de trabajo del grupo, así como el resultado obtenido.

Actividad 4. Noticia empresa *Imaginarium*

En grupos de 5 personas, se les entrega una hoja (Anexo 9) con información relativa a la empresa *Imaginarium*. Primero utilizamos la técnica cooperativa de lectura. Cada uno lee en voz alta un párrafo y luego se comenta en grupo la información. Una vez asimilado el documento utilizamos la técnica de AC de lápices al centro. El profesor entrega una pregunta a cada grupo. Los lápices de todos tienen que estar en el centro de la mesa. Se comenta la pregunta y las posibles respuestas entre todos. Cuando ya ha quedado claro, cogen los lápices y todos responden en su cuaderno a la pregunta:

Primera pregunta: Identifica dos competidores de la empresa y comenta sus principales diferencias y similitudes.

Segunda pregunta y se repite el proceso: Análisis DAFO de la empresa.

Tercera pregunta: Plan de *marketing mix*: producto, precio, promoción y distribución.

Cuarta pregunta: ¿Quién es el público objetivo de la empresa?

Quinta pregunta: Realiza un estudio de las características y comportamiento de su público objetivo.

Una vez que ya han respondido todas las preguntas, el profesor cogerá, al azar, el cuaderno de uno de los miembros de cada grupo. La nota de ese alumno será la de todo el grupo.

C. Actividades de recapitulación

Actividad 5. Mapa conceptual a cuatro bandas

Una vez que el profesor ha explicado el tema, a fin de resumirlo y sintetizarlo, pedirá que los alumnos, organizados en grupos, elaboren un mapa conceptual. Cada grupo lo hará de una parte distinta del tema, de modo que el conjunto de mapas configure el tema completo.

Se dividirá el tema en cinco partes:

Grupo 1: Evolución del departamento comercial y el mercado.

Grupo 2: Estudio del mercado, comportamiento del consumidor.

Grupo 3: Segmentación de mercados, posicionamiento del producto. El *marketing* y sus elementos.

Grupo 4: p's del *marketing mix*: producto, precio, promoción y distribución.

Grupo 5: El plan de *marketing* y aplicación del *marketing* a las tecnologías de la información y las comunicaciones.

El resumen o esquema conceptual debe ocupar, como máximo dos hojas por grupo.

En el grupo, cada miembro se va a encargar de realizar una parte distinta del mapa. Cada uno va a ser responsable de su parte. Luego pondrán en común todas partes, revisándolo. Por último, todos miembros del grupo copian el mapa conceptual en su cuaderno.

Revisaremos todos mapas conceptuales realizados y se le dará a cada alumno una copia de cada uno de ellos, para que les pueda servir de material de estudio de la unidad didáctica.

D. Actividad de evaluación: Examen, preguntas.

Los exámenes contendrán preguntas del tipo de las que se hacen en las pruebas de acceso a la universidad, con el objeto de que los alumnos vayan preparándose para esta prueba. Se plantearán preguntas como las siguientes:

- ¿Qué es el ciclo de vida del producto? ¿Cuáles son sus fases? ¿En qué etapas del ciclo de vida del producto se encuentran los siguientes productos: revistas, peonzas, cinta de video, *gameboy*?

- Describa dos canales de distribución utilizados normalmente por las empresas de juguetes y exponga brevemente sus ventajas e inconvenientes.

- Señale cuatro fases de un estudio de mercado.

- Explique los conceptos de segmentación de mercado y diferenciación de producto. Indique tres criterios de segmentación del mercado que utilicen los fabricantes de perfumes.

- Defina qué es el posicionamiento de un producto. Indique qué estrategias de posicionamiento existen y ponga un ejemplo de cada una de ellas.

- Defina el concepto de cuota de mercado.

- Explique las características principales del *marketing* operativo.

- Explique cuál es la función que desempeñan las marcas en el *marketing* de las empresas.

E. Actividades de refuerzo

- Glosarios de los principales conceptos de la unidad.

- Preguntas de verdadero/falso en las que tengan que justificar su respuesta.

- Problemas sencillos cuya resolución requiera ir paso a paso.

- Preguntas cortas.

- Comentario crítico. Ejemplo: Sobre la base de los contenidos estudiados en el tema, realiza un comentario crítico de una imagen.

También se utilizarán ejercicios del libro que no se hayan realizado en clase, u otros que proponga el profesor.

4.8. TEMPORALIZACIÓN

Esta unidad didáctica tiene una duración de 11 sesiones. Se desarrollará en el mes de marzo, en la tercera evaluación, durante tres semanas, con cuatro sesiones en cada una de ellas.

La temporalización de las actividades se detalla en la Tabla 3.

Tabla 3. Planificación de las sesiones

Día	Tareas
MARZO X	Actividades de introducción (1 y 2) Clase expositiva
MARZO X+1	Clase Expositiva Actividad 2 y/o ejercicio del libro
MARZO X+2	Creación de grupos formales Actividad de desarrollo -Presentación y clarificación del problema -Trabajo en grupo: Lluvia de ideas para elegir el producto -Realización del cuadro qué saben y qué necesitan saber -Mapa con el reparto de tareas Diario de grupo
MARZO X+3	-Trabajo en grupo, puesta en común de la tarea de búsqueda de información -Debate y realización de trabajo -Se reparten tareas de nuevo para el próximo día Diario de grupo
MARZO X+4	-Puesta en común de la información -Realización del diseño del <i>PowerPoint</i> y del trabajo. -Reparto de tareas Diario de grupo
MARZO X+5	-Realización de trabajo final escrito -Preparación de la exposición Diario de grupo
MARZO X+6	-Entrega de trabajo y <i>portfolio</i> -Exposiciones y preguntas
MARZO X+7	-Exposiciones y preguntas -Cuestionarios de evaluación
MARZO X+8	Clase expositiva Actividad de desarrollo
MARZO X+9	Actividad de recapitulación Mapa conceptual en grupos
MARZO X+10	Examen

En las actividades de trabajo cooperativo de cada grupo, el profesor resolverá dudas, asesorará y guiará a los estudiantes.

4.9. RECURSOS DIDÁCTICOS

Las sesiones se desarrollarán en el aula habitual del grupo, que cuenta con cañón y conexión Wi-Fi a Internet. Un día a la semana podemos disponer de la sala de ordenadores. En estas sesiones se hará uso de los siguientes materiales:

- Libro de texto: *Economía de la empresa*, editorial SM, (2009).
- Cuaderno de clase.
- Apuntes elaborados por el profesor, con ejemplos.
- Pizarra y tizas.
- Periódicos y revistas escritas: *El Mundo*, *El País* y la revista *Emprendedores*.
- Libro *Marketing en el siglo XXI*, Rafael Muñiz González.(2010)
- Videos cortos. *La historia del marketing*.

(<http://www.youtube.com/watch?v=1sK7ZKmGRpc&feature=fvst>)

- Herramienta matriz DAFO.

http://openmultimedia.ie.edu/OpenProducts/DAFO/DAFO/index_ok.html

4.10. SISTEMA DE EVALUACIÓN

La finalidad de la evaluación es valorar el logro de los objetivos marcados en la unidad didáctica.

Según el Decreto de Bachillerato de Castilla y León 42/2008, los criterios de evaluación para la asignatura de Economía de la Empresa que tienen relación con esta unidad didáctica son:

- Criterio 3: Analizar las principales características de las empresas de Castilla y León.

- Criterio 7: Analizar las principales características del mercado y explicar, de acuerdo con ellas, las políticas de *marketing* aplicadas por una empresa ante diferentes situaciones y objetivos.

- Criterio 11: Analizar situaciones generales de empresas reales o imaginarias en el que adquieren especial relevancia los procedimientos y actitudes adquiridos, utilizando los recursos materiales adecuados y las tecnologías de la información.

En función de estos criterios generales, se van a establecer unos criterios de evaluación específicos para esta unidad didáctica.

4.9.1. Criterios de evaluación específicos

- Conocer las funciones más importantes del área comercial de la empresa.
- Caracterizar un mercado en función del número de competidores y del producto vendido.
- Calcular la cuota de mercado para una empresa determinada a partir de las ventas de la empresa y las ventas totales del mercado.
- Conocer las fases del estudio de mercado y los elementos a analizar y saberlo aplicar a un caso concreto.
- Analizar las características del mercado y explicar, de acuerdo con ellas, las políticas de *marketing* aplicadas por una empresa ante diferentes situaciones y objetivos.
- Conocer las etapas del ciclo de vida del producto y determinar la política de *marketing* más adecuada en cada situación.
- Analizar y valorar diversas estrategias de *marketing* utilizadas en productos reales por las empresas.
- Elaborar un plan de *marketing* para un caso sencillo.
- Valorar la importancia de la aplicación de las tecnologías de la información y las comunicaciones aplicadas al *marketing*.

4.9.2. Instrumentos de evaluación

A. Del proceso de aprendizaje

- *Evaluación inicial*: Su finalidad es comprobar qué conocimientos previos tienen los alumnos sobre la unidad didáctica: la función comercial. Esto se evaluará en función de la participación en las actividades iniciales. No tendrá peso en la nota final.

- *Evaluación continua/procesual*: Se valorará la participación, el debate, el trabajo en grupo... a través de la observación directa del profesor, análisis de las

actividades y trabajos, pruebas específicas (exámenes), diario de clase y ficha del alumno.

- *Evaluación final*: Se valorará de manera global la evolución del aprendizaje del alumno. Se tendrá en cuenta el examen sobre los conocimientos de la unidad didáctica, el trabajo escrito en grupo, la presentación del trabajo, la participación en clase y en las actividades.

B. Del proceso de enseñanza

- Por parte del profesor: Analizar si el método de enseñanza, la planificación de la unidad y de la práctica diaria han sido adecuadas. Para ello se llevará un diario de clase.

- Por parte de los alumnos: cuestionario al final de curso. Cuando acabe el curso, se les entregara un cuestionario con preguntas sobre la manera de enseñanza del profesor y sobre la asignatura. (Anexo 8)

4.9.3. Criterios de calificación

- Actividades presenciales: 30%
- Actividad del proyecto cooperativo: 30%
- Evaluación final: 40%.

Ponderación del conjunto de la unidad didáctica: 20%

4.11. ATENCIÓN AL ALUMNADO CON NECESIDADES EDUCATIVAS ESPECIALES

En la clase no hay alumnos con necesidades educativas especiales. No obstante, para los alumnos que presenten dificultades o un menor ritmo de aprendizaje, se proponen actividades de refuerzo (de las que ya se han citado algunos ejemplos) junto con la elaboración de resúmenes y/o esquemas. Los alumnos deberán realizarlas en casa y se corregirán de manera individualizada.

4.12. CONTENIDOS TRANSVERSALES

Estos contenidos son comunes a todas las materias y están dirigidos a la formación del alumno y a la preparación del mismo para integrarse en la sociedad. Por

tanto es necesario incluir en esta programación una serie de valores que debe prevalecer en un sistema democrático.

- Educación en valores morales y cívicos, en la medida en que en el día a día se fomentarán actitudes de respeto hacia los demás, hacia otras culturas, el cumplimiento de las normas y la toma de decisiones democrática.

- Educación para la igualdad entre los sexos, tratando siempre de potenciar hábitos no discriminatorios en la clase.

- Educación para el consumidor, pues nuestros alumnos deben ser conscientes de que el fin de toda campaña de *marketing* es vender y que, en muchas ocasiones, nos dejamos influenciar por ellas cayendo en el consumismo.

- Fomento del hábito de la lectura, nuestros alumnos tendrán que leer documentos y buscar información para la realización de las actividades.

- Utilización de las TIC. Utilización de los ordenadores para la búsqueda de información, la realización de la presentación de PowerPoint, la utilización de pizarras digitales.

5. CONCLUSIONES

En este trabajo hemos intentado profundizar en el método de AC, el cual, según demuestran algunos autores, aporta mejores resultados en el aprendizaje de los alumnos que otros métodos más tradicionales. Una vez indagado en este modelo de aprendizaje se han propuesto actividades para poner en práctica la unidad didáctica de la función comercial de la empresa.

Durante el periodo de prácticas en el centro escolar del colegio de Lourdes, hemos realizado diversas actividades de AC. Los resultados que se han percibido son los siguientes:

- Se ha visto que los alumnos adquieren mejor los contenidos mediante técnicas cooperativas planificadas y realizadas en grupo, ya que asimilan los conocimientos en mayor medida que si trabajan de manera individual. El intercambio de opiniones entre los alumnos les facilita un mejor entendimiento y razonamiento de la materia. Los alumnos se sienten motivados para trabajar cooperativamente y así alcanzar una meta común.

-Las técnicas empleadas como lectura por parejas, mapa conceptual por grupos, torneo de preguntas, entre otras, ayudan a los discentes a asimilar mejor los conceptos económicos, que muchas veces les resultan difíciles de entender. De esta manera, los alumnos se familiarizan con la materia de una manera más significativa y les ayuda a recordar conocimientos previos que habían aprendido.

-Se realizan actividades que ponen en práctica los contenidos con casos parecidos a la vida real, esto contribuye a que aprendan mejor y lo retengan durante más tiempo. Los alumnos son constructores de su propio aprendizaje, además de que desarrollan competencias y habilidades que tan importantes son para los alumnos en la etapa educativa

-El método cooperativo requiere una exigencia por parte del alumno a estudiar y esforzarse más por conseguir los objetivos propuestos por la actividad. Los alumnos se sienten motivados para trabajar cooperativamente y así alcanzar una meta común.

-El clima de clase es muy positivo y las clases son participativas. Los alumnos trabajan activamente y se interesan por la materia. En los grupos se intercambian opiniones, resuelven problemas, se organizan, se planifican, trabajan juntos, se ayudan, se escuchan y se respetan...los alumnos aprenden y se preocupan por los demás compañeros.

Por tanto, el método de AC, supone un instrumento innovador y eficaz para desarrollar potencialmente a los alumnos en una dimensión intelectual, afectiva y social.

Como conclusión final, el docente debe facilitar, motivar y mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje a través del aprendizaje cooperativo. Esto requiere fomentar las actividades de trabajos en grupos cooperativos ya que se ha demostrado que son más efectivos y mejoran significativamente el rendimiento académico del alumnado. Para que estos grupos funcionen se tiene que crear interdependencia positiva, en la que todos tienen que esforzarse y trabajar por conseguir las metas. Responsabilidad individual, donde cada alumno se preocupa tanto de aprender la materia como de ayudar a que otros la aprendan. Y por último fomentar la interacción personal promotora entre los alumnos, es decir, se animen unos a otros en el desempeño de las tareas.

No es un trabajo fácil para el docente y requiere tiempo para implementarlo, pero sin duda es una tarea que merece la pena.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre, A.; Amaya, R. H. y Espinosa, L. M., 2000. “*Trabajo cooperativo. Una técnica pedagógica de gran impacto*”, Revista de Ciencias Humanas, núm. 26, pp. 136-147
- Colander, D., 2009. “*El arte de enseñar Economía*”. *Revista Asturiana de Economía*, núm. 38, pp. 23-38.
- Cabrera Bautista, A., 2009. *Economía de la empresa 2º bachillerato*. SM. Madrid
- De la Cruz Tomé, M.^a A., 2004. “Un modelo de lección magistral para un aprendizaje activo y cooperativo”, Cursos y Conferencias de Innovación y Desarrollo Docente, Vigo, 11 y 12 de noviembre de 2004.
- Decreto 42/2008 de 5 de Junio, por el que se establece el currículo de bachillerato en la Comunidad de Castilla y León. B.O.C y L.-Nº 111 Miércoles, 11 de Junio de 2008.
- De - Márquez de la Plata, J. M. y Travé González, G., 2005. “*Actividades didácticas para la enseñanza de la Economía en la educación obligatoria*”, Kikiriki: Cooperación Educativa, núm. 77, pp. 35-38.
- De Miguel Díaz, M. 2005 Modalidades de aprendizaje centradas en el desarrollo de competencias. Universidad de Oviedo.
- Gómez Gutiérrez, J. L., 2007. Aprendizaje cooperativo: Metodología didáctica para la escuela inclusiva. La Salle
- Johnson, D. W.; Johnson, R. T. y Holubec, E. J., 1999. El aprendizaje cooperativo en el aula. Buenos Aires, Paidós.
- Lobato, C., 1997. “*Hacia una comprensión del aprendizaje cooperativo*”. Revista de Psicodidáctica, núm 4, pp. 59-76.
- Lobato, C., 1998. El trabajo en grupo: aprendizaje cooperativo en secundaria. Leioa: Servicio de Publicaciones de la Universidad del País Vasco.
- Muñiz González, R., 2010. Marketing en el siglo XXI. Centro de estudios Financieros.
- Otero, J. R., 2009. Aprendizaje Cooperativo. Laboratorio de innovación educativa. Madrid
- Pujolás Pérez, 2002. “El aprendizaje cooperativo. Algunas propuestas para organizar de forma cooperativa el aprendizaje en el aula”. Laboratorio de psicopedagogía de la Universidad de Zaragoza.

- Rodríguez Robledo, M. L., 2012. Unidad didáctica El marketing mix. Universidad de Valladolid.
- Ruiz Varela, D. 2012 La influencia del trabajo cooperativo en el aprendizaje del área de economía en la enseñanza secundaria. Universidad de Valladolid.
- Vera García, M., 2009. “*Aprendizaje cooperativo: Estilos de aprendizaje.*” Revista digital de Innovación y experiencias educativas, núm 14, pp. 4-10.

Páginas web:

<http://estudialab.com/2014/04/03/tecnicas-de-aprendizaje-cooperativo/>

www.ecobachillerato.com

www.ecogaray.es

www.ecomur.com

<http://www.colegiolourdes.es/>

<http://giac.upc.es>.

<http://www.marketing-xxi.com/>

7. ANEXOS**ANEXO 1. PLAN DEL EQUIPO**

Nombre (o número) del Equipo: _____ Curso: _____ Grupo: _____

Año académico: _____ / _____ Período: _____

Formado por:

Nombre y apellidos	Responsabilidad dentro del equipo

Objetivos del equipo	Valoración
Que todos los miembros del equipo progresen en su aprendizaje	

Compromisos personales	Nombre y firma	Valoración

Valoración final: Fecha: ____ / _____ / ____	Visto bueno del profesor:
---	---------------------------

Fuente: Pere Pujolás (2002)

ANEXO 2. PRESENTACIÓN Y CLARIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Materia	
Nivel	
Enunciado y descripción del problema	
Recursos	
Presentación de las soluciones	
Criterios de evaluación	
Objetivos de aprendizaje	
Planificación	

ANEXO 3. LLUVIA DE PREGUNTAS Y CATEGORIZACIÓN

Preguntas		
Preguntas sobre:	Preguntas sobre:	Preguntas sobre:

ANEXO 4. QUÉ SABEN DEL PROBLEMA Y QUÉ NECESITAN SABER

¿Qué sabéis del problema?	¿Qué necesitáis saber para resolverlo?

ANEXO 6. EVALUACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL GRUPO

Nombres de los miembros del grupo	Miembro 1	Miembro 2	Miembro 3
Acepta el reparto de tareas			
Es responsable con la parte del trabajo asignada			
Participa en las discusiones del grupo, aportando ideas, clarificando...			
Escucha activamente a los demás.			
Acepta las opiniones de los miembros del grupo			
Es respetuoso y no entorpece el trabajo en grupo			
Anima, apoya y felicita al resto de compañeros			

Escala de valoración: Mucho-Poco-Nada

ANEXO 7. PLANTILLA PARA VALORAR EL TRABAJO

Nombre del proyecto: _____

Realizado por el Equipo: _____

Valorado por el Equipo: _____

Fecha de la valoración: _____ / _____ / _____

Valoración	1	2	3	4
1. El trabajo ha sido bien realizado				
2. Todos los miembros del equipo han colaborado en su realización				
3. Se ha respetado el reparto de tareas				
4. Se han respetado los turnos de palabra				
5. Se ha terminado dentro del tiempo previsto				
6. Han participado todos dando su opinión.				
7. El grupo se ha organizado bien				
8. Ha surgido algún problema				

Escala de valoración: 1 = Valoración mínima; 4 = Valoración máxima

¿Qué he aportado al grupo?	
¿Qué errores he cometido?	
¿De qué podemos estar orgullosos?	
¿Qué errores hemos cometido como grupo?	

ANEXO 8: EVALUACIÓN DEL PROFESOR

Motivación	1	2	3	4
1. Fomenta la colaboración y la participación de los estudiantes en las distintas actividades de aula o fuera de ella.				
2. Demuestra entusiasmo por la actividad de docencia que realiza				
3. Explica a los alumnos la importancia de la unidad curricular que dicta.				
4. Toma en cuenta las necesidades individuales y colectivas de los estudiantes para obtener mejores resultados.				
5. Refuerza las conductas positivas y las fortalezas del alumno.				
6. Refuerza las conductas positivas y las fortalezas del alumno.				
7. Mantiene el interés de la sección durante el desarrollo de la clase.				
8. Estimula la crítica reflexiva.				
9. Relaciona los esfuerzos y los logros de los alumnos.				
10. Presenta problemas con fines didácticos que despierten curiosidad y deseos de búsqueda del conocimiento.				
11. Demuestra entusiasmo por los logros obtenidos por el grupo o por cada estudiante.				

Escala de valoración: 1 = Valoración mínima; 4 = Valoración máxima

Condiciones docentes y estrategia instruccional	1	2	3	4
12. Demuestra dominio de la unidad curricular a su cargo.				
13. Se adapta a los conocimientos y a los niveles de formación de los alumnos.				
14. Es claro en la comunicación de los conocimientos y en las instrucciones a seguir.				
15. Inicia cada clase vinculándola con los contenidos anteriores.				
16. Su tono de voz es el adecuado.				
17. Presenta el Programa de la unidad curricular al comenzar el período académico.				
18. Usa variados recursos didácticos en las clases.				
19. Mantiene un clima agradable durante el desarrollo de las actividades de aula y fuera de ella.				

Orientación	1	2	3	4
Acepta las sugerencias y propuestas de los alumnos que permitan que el proceso de evaluación sea más efectivo y veraz.				
Discute con el alumnado la reprogramación de la evaluación cuando las circunstancias así lo exigen.				
Utiliza las fortalezas y debilidades de los estudiantes para orientarlos al mejoramiento.				
Ayuda a los alumnos a hacer frente a los conflictos, cambios, tensiones y limitaciones.				
Estimula la comunicación entre los estudiantes.				

ANEXO 9. REFLEXIÓN SOBRE EL EQUIPO COOPERATIVO Y ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS DE MEJORA.

Nombre (o número) del Equipo:

Responsable:

Fecha:

¿Cómo funciona nuestro equipo?	Necesita mejorar	Bien	Muy bien
1. ¿Terminamos las tareas?			
2. ¿Utilizamos el tiempo adecuadamente?			
3. ¿Hemos progresado todos en nuestro aprendizaje?			
4. ¿Hemos avanzado en los objetivos del equipo?			
5. ¿Cumplimos los compromisos personales?			
6. ¿Practica cada miembro las tareas de su cargo?			
7. ¿Qué es lo que hacemos especialmente bien?			
8. ¿Qué debemos mejorar?			
9. Objetivos que nos proponemos			

Fuente: Pere Pujolás (2002) (Adaptado de Putnam, 1993)

ANEXO 10. NOTICIA IMAGINARIUM

Imaginarium. La imaginación hecha juguete

Es un espacio de 620 cuadrados. *Imaginarium* inaugura *concept store* en Madrid

El *concept store* estará ubicado en el C.C. La Moraleja. La firma especializada en niños *Imaginarium* ha inaugurado su nuevo *concept store* en el centro comercial Moraleja Green de Alcobendas (Madrid). *Imaginarium* quiere con este espacio de 620m², continuar el desarrollo de sus innovadores conceptos de tienda, que han evolucionado desde el establecimiento tradicional hacia un espacio donde el invitado disfruta de una experiencia única. En ella, los padres van a encontrar todas las soluciones de la firma para las habitaciones de los pequeños. El nuevo *concept store* incorpora, además, diversas áreas a través de las que las familias van a poder tener acceso a todo el universo *Imaginarium*. Entre ellas destacan:

- Peluquería para niños, donde los más pequeños podrán cambiar de *look*, hacerse peinados especiales, maquillajes de disfraz y fantasía, manicura o tratamientos para el cabello.

- Área de descanso con autoservicio de cafetería para poder disfrutar de un saludable tentempié a base de deliciosos sándwiches (de pan de leche o de pita), ensaladas variadas, refrescos, zumos, té y yogures líquidos, y sanos *snacks* (barritas de cereales, bastones de queso...)

- Librería internacional. *Imaginarium*, ofrece no solamente la extensa colección de libros y contenidos audiovisuales de Editorial *Imaginarium*, sino también una estupenda selección de las mejores editoriales de libro infantil, disponible en diferentes idiomas.

- Los puntos web que hay a disposición de los invitados dentro del propio espacio *Imaginarium*, permiten hacer consultas y transacciones, desde encargar sus pedidos a domicilio, hasta conocer las características o el volumen de un determinado producto, o probar juegos y contenidos.

- El espacio creado para Viajes *Imaginarium*, es un área de información sobre las propuestas de viajes familiares inolvidables que *Imaginarium* lleva a cabo cada temporada.

- Y además, demostraciones de producto, animaciones, y experiencias.

La existencia de estos diferentes ambientes permite que los invitados disfruten de cada visita con la mayor comodidad, y un excelente servicio que agiliza el proceso de compra mediante la innovación en sus sistemas de venta rápida que agiliza la preparación de sus pedidos. Además, los socios del Club *Imaginarium*, cuentan con el privilegio de un depurado sistema de tecnología logística, que les permite realizar su selección a lo largo de su recorrido por la tienda. Gracias a lectores de códigos que procesan la información de su lista de elecciones, encontrarán su compra envuelta para regalo y lista para llevar en el mismo momento de pasar por caja.

El nuevo espacio *Imaginarium* del centro comercial Moraleja Green, sorprendente en su diseño y nuevas propuestas estéticas, es único en el mundo, ya que combina los innovadores conceptos que se lanzaron por primera vez en el *megastore* del Paseo de Gracia de Barcelona en noviembre de 2007, como la peluquería o la librería internacional, con nuevos y más cómodos procesos de compra gracias a tecnología logística, que se ha desarrollado de manera aún más sofisticada desde la inauguración del *concept store* de Zaragoza (León XIII)

Una propuesta convertida en todo un mundo de magia para los más pequeños, donde los padres encontrarán todo lo que necesitan para la formación y el desarrollo de sus hijos a la vez que fomentan la diversión y el disfrute del tiempo que pasan juntos.

