



PLAN DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN



CES Santa María
de los Ángeles



2014-2017

M^a José Navarro Jiménez

Pilar Pinilla Nieto

Rafael Quesada Quesada (Coord.)

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	4
CONTEXTO EDUCATIVO	6
FINALIDAD	9
DESTINATARIOS	9
ESTRUCTURA	10
Objetivos generales.....	10
Líneas estratégicas	10
Objetivos específicos	11
Iniciativas	15
MODELOS PEDAGÓGICOS	16
Aprendizaje cooperativo.....	16
Aprendizaje orientado a proyectos	16
Método del caso.....	16
Aprendizaje basado en problemas	17
Aprendizaje basado en simulación.....	17
EMPRENDER EN ECONOMÍA SOCIAL	18
Plan Estratégico 2014-2015.....	18
Diagnóstico sobre el conocimiento de la Economía Social y el Cooperativismo	25
Cuestionario empleado.....	28
INDICADORES DE EVALUACIÓN	31
ANEXO I: INICIATIVAS POR TIPOLOGÍA	32
ANEXO II: TEMPORALIZACIÓN	33
ANEXO III: MINIEMPRESAS EDUCATIVAS	34
ANEXO IV: SIMULADOR EMPRESARIAL HIPATIA	36
ANEXO V: EMPRENDEJOVEN	37
ANEXO VI: JÓVENES EMPRENDEDORES	38
ANEXO VII: GYMKANA “CONOCE TUS RECURSOS”	39

ANEXO VIII: JORNADA DE EMPRENDEDORES.....	43
“MARI CRUZ MARTÍNEZ”	43
ANEXO IX: JORNADA DE PUERTAS ABIERTAS	44
ANEXO X: PROYECTOS EUROPEOS.....	45
ANEXO XI: PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN EMPRESARIAL: PROMOCIONANDO EL CICLO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA.	56
ANEXO XII: ¡MONTA TU EMPRESA!	61
ANEXO XIII: CALENDARIO FISCAL PARA EMPRENDEDORES.....	65
ANEXO XIV: TÉCNICAS DE ESCAPARATISMO.....	69
ANEXO XV: DÍA DE ANDALUCÍA.....	77
ANEXO XVI: CONCURSO GASTRONÓMICO.....	77
ANEXO XVII: FESTIVAL DE VILLANCICOS.....	78
ANEXO XVIII: BIBLIOTECA	78
ANEXO XIX: DÍA DE LA CONSTITUCIÓN	79
ANEXO XX: RECOGIDA DE ALIMENTOS.....	79
ANEXO XXI: REDUCIR, RECICLAR, REPARAR Y REUTILIZAR PRODUCTOS	80
ANEXO XXII: DÍA DE LA PAZ.....	80
ANEXO XXIII: ACTIVIDADES DEL DACE “RECREAR EL TIEMPO”	81
ANEXO XXIV: APORTACIONES DEL PROFESORADO	82

INTRODUCCIÓN

El Plan de Emprendimiento se crea con la finalidad de fomentar la cultura emprendedora entre el alumnado del C.E.S. Santa María de los Ángeles. Se pretende generar una cultura de emprendimiento que fortalezca el potencial de los estudiantes, que sean capaces de transformar las ideas en actos, gestionar sus proyectos para poder alcanzar objetivos, innovar, adaptarse a su entorno, tener ganas de hacer cosas nuevas y atreverse a hacerlas de forma diferente, favorecer la creación de nuevos empleos y satisfacer sus expectativas y proyectos personales.

Lo primero que tenemos que tener claro es qué entendemos por emprendimiento y por cultura emprendedora. La sociedad actual demanda personas cada vez más preparadas y que, aparte de la formación adquirida, posean competencias tanto sociales como personales. Estas cualidades pueden ser innatas o bien adquirirlas trabajándolas, siempre hay maneras de potenciar y desarrollar las ganas de aprender y de hacer algo nuevo.

El espíritu emprendedor es una opción de vida, y es fundamental tanto para el desarrollo y crecimiento personal como profesional. Es la habilidad de la persona para transformar las ideas en actos, en gestionar sus proyectos para poder alcanzar objetivos, en innovar, adaptarse a su entorno, tener ganas de hacer cosas nuevas y atreverse a hacerlas de forma diferente.

El espíritu emprendedor representa un vehículo de desarrollo en tanto que promueve valores de responsabilidad, iniciativa, dinamismo, perseverancia y tolerancia a la incertidumbre, tanto en el ámbito personal (para hacer realidad el propio proyecto de vida de forma activa), como social (para desarrollar iniciativas que contribuyan a la calidad de vida, la solidaridad y el bienestar de la sociedad) y productivo (para la creación de riqueza para sí y para los demás en un marco sostenible e inteligente).

Lo que se pretende no es llevar un discurso empresarial al aula, sino hablar de valores base de la cultura emprendedora que nos ayude a todos a encontrar siempre nuevas vías de crecimiento.

La Cultura Emprendedora en el ámbito educativo promueve el aprendizaje colaborativo y estimula actitudes de creatividad y adaptabilidad; favorece capacidades de decisión, negociación, autoconfianza y planificación, y, además, se constituye como fuente de equidad e igualdad para impulsar prácticas inclusivas. El alumnado, adquiere y desarrolla:

• Los conocimientos sobre el entorno productivo: tipos de empresas, puestos de trabajo, recursos para crear una empresa, conocimientos necesarios para desempeñar un puesto de trabajo, ... Un entorno en el que el “emprendimiento” sea algo familiar facilita el autoempleo, y un entorno que no reconoce el valor de emprender dificulta llevar a cabo las propias ideas.

• Las actitudes y valores necesarios tales como la autoconfianza, autoestima, capacidad para superar dificultades, tolerancia a la frustración, compromiso, iniciativa, pensamiento crítico, responsabilidad, innovación...

• Destrezas y competencias psicosociales: pensamiento creativo, habilidades sociales, resolución de conflictos, trabajo en equipo, etc.

Esto les ayudará a ser más competitivos y que sea un elemento diferenciador con respecto a los demás. Es decir, las diferencias entre unos y otros ya no se basan en los estudios alcanzados (todo el mundo tiene título universitario, máster, certificado de inglés...) sino en las habilidades, destrezas y actitudes que puedan ofrecer y aportar en una empresa. De ahí la importancia de tratar el emprendimiento como un contenido transversal en todos los niveles.

Por tanto, se necesita fomentar el espíritu emprendedor a través de una serie de valores y conductas que se consideran clave para el desarrollo del mismo.

- | | |
|---|-----------------------------------|
| ✓ Toma de decisiones y asunción de riesgos | ✓ Proactividad |
| ✓ Creatividad e Innovación | ✓ Asertividad |
| ✓ Iniciativa | ✓ Necesidad de superación |
| ✓ Trabajo en equipo | ✓ Constancia/Perseverancia |
| ✓ Adaptarse a situaciones nuevas | ✓ Confianza en sí mismo |
| ✓ Autonomía | ✓ Habilidades sociales |
| | ✓ Liderazgo |



CONTEXTO EDUCATIVO

La Ley orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de educación junto con la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, incluye entre los fines del sistema educativo el desarrollo de la capacidad del alumnado para desarrollar la creatividad, la iniciativa personal y el espíritu emprendedor, la capacitación para el ejercicio de actividades profesionales, así como para la participación activa en la vida económica.

La comunidad autónoma de Andalucía, sensible a la necesidad de fomento del espíritu emprendedor en el sistema educativo, lo introduce como una función específica dentro de las que le corresponden a la Consejería de Educación, Cultura y Deporte. De esta manera, el Decreto 219/2011, de 28 de junio, por el que se aprueba el Plan para el Fomento de la Cultura Emprendedora en el Sistema Educativo Público de Andalucía, potenciará el fomento del espíritu emprendedor.

Asimismo, en el Plan para el Fomento de la Cultura Emprendedora en el Sistema Educativo Público de Andalucía establece un despliegue de elementos metodológicos que permiten la definición de Objetivos Generales, Líneas estratégicas y Objetivos Específicos así como la determinación de perfiles emprendedores en niveles educativos, colectivos destinatarios y responsables. Para la consecución de las acciones concretas estas se agrupan por líneas estratégicas y objetivos específicos, desarrollándolas mediante diversas actuaciones, programas o actividades.

La aprobación del mencionado Plan ha permitido mayor soporte institucional a través de la consideración como Plan Educativo, y no como acciones o programas aislados, una mayor coordinación entre instituciones dependientes de la Junta de Andalucía y la conexión con un panel de agentes e instituciones que promueven el emprendimiento en Andalucía para dar mayor coherencia a la información que se traslada al sistema, multiplicar los resultados y evitar duplicidades innecesarias, ofrecer un reconocimiento a las mejores prácticas y docentes.

La Consejería potencia en los currículos de todas las etapas educativas, desde la primaria hasta el bachillerato y las enseñanzas profesionales, el fomento del espíritu emprendedor y empresarial como una competencia básica que el alumnado tendrá que desarrollar, bien de un modo transversal o bien con materias específicas.

Por otro lado, los retos a los que se enfrentan los países de la Unión Europea, dentro del nuevo marco de globalización en el que estamos inmersos, hacen que haya que incidir en planes y medidas que fomenten el dinamismo empresarial de una manera más eficaz, permitiendo la constitución de nuevos negocios y de empresas innovadoras y activas.

La consecución de este objetivo ha llevado a introducir en las políticas comunitarias la promoción y el fomento del espíritu emprendedor.

- En marzo de 2000, el Consejo Europeo de Lisboa adoptó un importante objetivo estratégico: antes de que hubiese concluido 2010 la Unión Europea tenía que convertirse en la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer económicamente de manera sostenible con más y mejores empleos, y con mayor cohesión social.
- Fruto de este Consejo, en junio de ese mismo año se publicó la Carta Europea de la Pequeña Empresa, cuyo primer punto de las líneas de actuación es la educación y la formación en el espíritu emprendedor. Se dice aquí que Europa educará en el espíritu empresarial desde una edad temprana, transmitiendo en todos los niveles escolares un conocimiento general sobre la actividad y el espíritu emprendedor, y creando módulos específicos sobre temas empresariales que constituyan un elemento fundamental de los programas educativos de la enseñanza secundaria y superior.
- En el año 2003 el Consejo tomó la decisión de publicar el Libro Verde del Espíritu Empresarial en Europa, en el que se indica claramente la importancia de la educación y de la formación para impulsar el espíritu emprendedor y empresarial, fomentando una actitud favorable, sensibilizando hacia las salidas profesionales como empresario y promoviendo las competencias necesarias para la creación de empresas

Su difusión en Europa y las consultas posteriores dieron como resultado la publicación del Programa Europeo a Favor del Espíritu Empresarial, presentado en 2004, como marco estratégico del impulso al tejido empresarial de la Unión Europea, basado sobre cinco cimientos cuyos contenidos se deberían desarrollar en los estados miembros.

Estas cinco líneas de acción estratégica son:

- Fomentar la mentalidad empresarial.
 - Animar al mayor número de personas a convertirse en empresarios.
 - Orientar al empresariado hacia el crecimiento y la competitividad.
 - Mejorar el flujo de financiación.
 - Crear un entorno administrativo y reglamentario más favorable para las PYME.
-
- Dentro de esta política europea de promoción del espíritu emprendedor se publicó el Informe sobre Educación y Formación en el Espíritu Empresarial en el año 2004, en el que se reflejan los objetivos de la enseñanza acerca del espíritu emprendedor:
 - Promover el desarrollo de las cualidades personales relacionadas con el espíritu emprendedor, tales como la creatividad, la iniciativa, la asunción de riesgos y la responsabilidad.
 - Aportar un conocimiento temprano del mundo empresarial y un contacto con él, y ayudar a entender el papel del empresariado en la comunidad.
 - Concienciar el alumnado acerca del empleo por cuenta propia como posible opción profesional.
 - Organizar actividades basadas en el aprendizaje a través de la práctica (aprender haciendo).
 - Dar al alumnado una formación específica sobre cómo poner en marcha una empresa.

El espíritu emprendedor debería verse con un enfoque innovador y transversal, como una metodología de enseñanza o como una materia o un módulo aparte, dependiendo también del nivel educativo.

- En el informe de la Comisión Estrategia Europa 2020, de marzo de 2010, la Unión Europea propone:
 - Trabajar a fin de promover cooperaciones de conocimiento y reforzar los vínculos entre educación, empresa, investigación e innovación, y promover el espíritu emprendedor apoyando nuevas empresas.
 - Centrar el currículo en la creatividad, la innovación y el espíritu emprendedor.
 - Explorar las formas de promover el espíritu emprendedor mediante programas de movilidad para nuevos profesionales.

FINALIDAD

El Plan de Emprendimiento e Innovación se constituye como el marco de fomento del espíritu emprendedor en el sistema educativo del Centro, y establece la estrategia de fomento de la cultura emprendedora a seguir por la comunidad educativa.

El objetivo global de este plan es lograr un avance sensible en la cultura del emprendimiento en nuestro alumnado y proponer instrumentos que permitan conocer los logros alcanzados.

DESTINATARIOS

- El alumnado de bachillerato y formación profesional.
- Todos los demás miembros de la comunidad educativa: profesorado, personal orientador, familias, y cualquier otro agente que intervenga en el sistema educativo y que pueda incidir en la cultura del emprendimiento.

ESTRUCTURA

Para conseguir esta meta, se incorpora un conjunto de actuaciones, estructuradas en cuatro líneas estratégicas, con objetivos específicos e iniciativas con carácter eminentemente prácticos y adaptadas a cada nivel educativo.

Cada una de las líneas estratégicas tiene asociadas unos objetivos en los que se definen las iniciativas que hay que llevar a cabo para su consecución.

Este plan marco permitirá el establecimiento de planes operativos para cada curso académico, en donde se recojan las actuaciones específicas o iniciativas. Se engloba dentro de la línea estratégica de fomento de la cultura emprendedora del área “Cultura y Liderazgo” comprendido en nuestro Plan de Excelencia.

OBJETIVOS GENERALES:

- Cultivar el talento y la cultura emprendedora.
- Seguimiento, divulgación y posicionamiento como centro emprendedor.
- Apoyar, fomentar y consolidar el autoempleo y la iniciativa emprendedora.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS:

Se definen cuatro líneas de actuación, tres de las cuales inciden directamente en la sensibilización, en la capacitación y el emprendimiento, y una cuarta, transversal a las otras, de coordinación y rentabilización de las sinergias que se produzcan.

Cada una de las cuatro líneas estratégicas incorpora un número de objetivos en los que se definen las líneas de actuación para la consecución de su finalidad:

1. Sensibilización y motivación.
2. Capacitación emprendedora.
3. Fomento y apoyo de la empleabilidad.
4. Coordinación y aprovechamiento de iniciativas

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Sensibilización y motivación:

Agrupar el conjunto de objetivos y medidas que hay que desarrollar para que la comunidad educativa perciba la importancia de construir y fomentar la cultura emprendedora, para reconocer en su entorno actitudes y valores emprendedores, favoreciendo su integración en el aula y creando una conciencia emprendedora.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- *Sensibilizar a la comunidad educativa sobre la importancia de construir y fomentar una nueva cultura emprendedora.* Acciones dirigidas tanto al alumnado como al profesorado para alcanzar la sensibilidad necesaria que permita la creación de iniciativas emprendedoras.
- *Reconocer e integrar valores emprendedores en el aula.* Actividades destinadas a que los miembros de la comunidad educativa puedan contar con los conocimientos necesarios para identificar actitudes emprendedoras susceptibles de ser utilizadas en el ámbito educativo.
- *Motivar al alumnado para desarrollar actitudes emprendedoras.* Actuaciones específicas que provoquen la participación activa del alumnado en el diseño y en la construcción de iniciativas individuales y colectivas.
- *Fomentar la relación entre el Centro, empresas y organizaciones.* Actuaciones que permitan el intercambio de conocimientos, experiencias y necesidades de su entorno socioeconómico.
- *Mostrar y reconocer el papel de las personas emprendedoras en nuestra comunidad.* Visualización ante la comunidad educativa de la materialización de actitudes emprendedoras en iniciativas ya desarrolladas.
- *Reconocer la necesidad de la innovación y de la creatividad.* Identificación de la vinculación estrecha entre el emprendimiento, la creatividad y la innovación, como factores dinamizadores del desarrollo personal y social.

2. Capacitación emprendedora

Recoge los objetivos y las iniciativas que se destinen a mejorar las capacidades en competencias emprendedoras del alumnado y su autonomía, a través de la información, la orientación y una formación adecuada para cada nivel educativo. Se incide, asimismo, en la dotación de recursos al profesorado y en su capacitación, en la búsqueda de una repercusión final en el alumnado.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- *Capacitar al alumnado para emprender.* Preparación del alumnado en las competencias y en las actitudes autónomas necesarias que favorezcan el emprendimiento.
- *Organizar actividades basadas en el aprendizaje a través de la práctica.* Acciones de formación del profesorado para la creación y la gestión de empresas virtuales, para su puesta en funcionamiento en el aula.
- *Dotar al alumnado de recursos de información y orientación.* Orientación emprendedora al alumnado a través de una red de departamentos dotados de recursos, para un mejor cometido informativo del emprendimiento.
- *Mejorar la autonomía emprendedora personal y profesional del alumnado.* Actuaciones específicas para la promoción de la participación activa de grupos de alumnado en el desarrollo de proyectos empresariales viables, de cara a su posible puesta en marcha.
- *Capacitar al profesorado para favorecer la adquisición de competencias emprendedoras del alumnado.* Formación específica para el desarrollo y la elaboración de proyectos empresariales.
- *Dotar al profesorado de recursos de información y orientación.* Recursos para mejorar la metodología y materiales didácticos en todos los formatos, disponibles para el alumnado en todas las etapas educativas del Centro.
- *Favorecer la utilización de las tecnologías de la información y de la comunicación en la comunidad educativa.* Acciones para impulsar en toda la comunidad educativa el desarrollo del emprendimiento a través de las TIC.

3. Fomento y apoyo de la empleabilidad.

Se incluyen en esta línea todos los objetivos y las actuaciones que se refieren al apoyo al alumnado con habilidades emprendedoras, para la puesta en marcha de proyectos empresariales viables y para la puesta en práctica de ideas innovadoras de negocio.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- *Acercar al alumnado las iniciativas emprendedoras como orientación profesional.* Acciones dirigidas al alumnado para identificar las capacidades y los intereses para la toma de decisiones sobre estrategias personales de formación en el emprendimiento, teniendo en cuenta las características del entorno.
- *Aumentar la empleabilidad del alumnado.* Investigación, fomento y divulgación del trabajo realizado por el alumnado en el Centro.
- *Orientar al profesorado para favorecer la puesta en práctica de proyectos.* Acciones dirigidas al profesorado para facultarlo y habilitarlo, de manera que pueda difundir la correcta puesta en marcha de proyectos empresariales.
- *Dotar de recursos para la puesta en marcha de proyectos de empresa innovadores.* Coordinación, difusión y puesta en valor de la red de viveros existentes para el acogimiento de proyectos empresariales viables de alumnado capacitado para ello.
- *Favorecer la transición del alumnado del ámbito educativo al laboral.* Acciones dirigidas al alumnado para habilitarlo de cara a un buen aprovechamiento de la red de viveros, partiendo de proyectos empresariales viables, llevados a cabo con el apoyo del profesorado implicado en la red.
- *Promover el intercambio de personas y experiencias emprendedoras.* Acciones dirigidas al alumnado para aumentar el atractivo de la formación profesional y fomentar la movilidad del alumnado.

4. Coordinación y aprovechamiento de iniciativas

Esta línea estratégica abarca el conjunto de objetivos y medidas de investigación, coordinación y puesta en valor sobre el emprendimiento en el sistema educativo que tengan un efecto de transversalidad sobre el conjunto de medidas del plan.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- *Buscar la sinergia en las iniciativas sobre emprendimiento desarrolladas en el Centro.* Coordinación del profesorado de cara al seguimiento de las acciones llevadas a cabo.
- *Crear un portal de recursos para el emprendimiento en el Centro.* Creación, divulgación y aprovechamiento de un portal como soporte de recursos e informaciones sobre emprendimiento y empleabilidad para toda la comunidad educativa del Centro.
- *Divulgar y poner en valor las iniciativas emprendedoras y las buenas prácticas del Centro, y las desarrolladas por el alumnado.* Reconocimiento y difusión de las actuaciones realizadas por el alumnado y por el Centro, a fin de servir de referencia y favorecer el aumento de las actitudes emprendedoras.

INICIATIVAS

Para el desarrollo de los objetivos específicos previstos para cada una de las cuatro líneas estratégicas definidas se recoge un conjunto de iniciativas a poner en práctica en los diversos niveles educativos, que se presentan clasificadas según su tipología:

- ✓ **Emprendimiento creativo-cultural:** El emprendimiento cultural hace referencia a la utilización de modelos y herramientas empresariales que tienen como fin la creatividad artística, su impulso o puesta en valor que promueven el acceso y el fomento de la cultura.
- ✓ **Emprendimiento social:** Los emprendedores sociales presentan dos atributos característicos, por un lado tienen una idea innovadora que produce un cambio social específico y por otro una visión emprendedora para realizar sus proyectos.

Ellos poseen la visión, la creatividad y la determinación tradicionalmente asociada a los emprendedores de negocios, pero su motivación es la de generar un cambio social profundo y duradero y no el beneficio económico.

- ✓ **Emprendimiento empresarial y productivo:** La cultura del emprendimiento potencia una manera de pensar y actuar diferente, orientada hacia la creación de riqueza a través del aprovechamiento de oportunidades que permita crear valor y beneficie a los emprendedores, la empresa, la economía y la sociedad.

El emprendimiento empresarial y productivo no solo hace referencia a la creación de empresas como una manera de autoempleo en esta época de crisis económica sino también a la actitud y aptitud de una persona para hacer un esfuerzo inicial y continuo por alcanzar una meta u objetivo.

Durante el curso 2014-2015 se van a llevar a cabo una serie de iniciativas, unas propuestas por el Centro y otras por la Consejería de Educación de la Junta de Andalucía u otros organismos o entidades empresariales. Estas iniciativas se recogen en el Plan divididas según su tipología y se pueden observar, en los diferentes Anexos que a continuación se incorporan.

MODELOS PEDAGÓGICOS

Las diferentes iniciativas podrán desarrollar siguiendo estos cinco modelos pedagógicos, a elección del profesor.

Aprendizaje cooperativo

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.

El aprendizaje cooperativo o de colaboración es un proceso en equipo en el cual los miembros se apoyan y confían unos en otros para alcanzar una meta propuesta. El aula es un excelente lugar para desarrollar las habilidades de trabajo en equipo que se necesitarán más adelante en la vida.

Aprendizaje orientado a proyectos

Es una metodología de aprendizaje en la que se pide a los alumnos que, en pequeños grupos, planifiquen, creen y evalúen un proyecto que responda a las necesidades planteadas en una determinada situación. Se enfoca en un problema que debe ser resuelto o en una tarea que debe ser completada.

Este método surge de una visión educativa en la que los estudiantes se hacen más responsables de su propio aprendizaje y logran aplicar en proyectos reales las habilidades y conocimientos adquiridos en el aula.

Método del caso

El método del caso como técnica de aprendizaje tuvo su origen en la Universidad de Harvard, con el fin de que los estudiantes de Derecho, en el aprendizaje de las leyes, se enfrentaran a situaciones reales y tuvieran que tomar decisiones, valorar actuaciones, emitir juicios fundamentados, etc.

El método del caso es un modo de enseñanza en el que los alumnos aprenden sobre la base de experiencias y situaciones de la vida real, permitiéndoles así, construir su propio aprendizaje en un contexto que los aproxima a su entorno. Este método se basa en la participación activa y en procesos colaborativos y democráticos de discusión de la situación reflejada en el caso.

Un caso representa situaciones complejas de la vida real planteadas de forma narrativa, a partir de datos que resultan ser esenciales para el proceso de análisis. Constituyen una buena oportunidad para que los estudiantes pongan en práctica habilidades que son también requeridas en la vida real, por ejemplo: observación, escucha, diagnóstico, toma de decisiones y participación en procesos grupales orientados a la colaboración.

Aprendizaje basado en problemas

Es una metodología centrada en el aprendizaje, en la investigación y reflexión que siguen los alumnos para llegar a una solución ante un problema planteado por el profesor.

Es una estrategia que plantea un problema o una solución de la vida real y sirve como detonador para que los alumnos cubran las metas de aprendizaje.

A través del análisis de la situación del problema, el alumno es capaz de determinar los contenidos, las habilidades y las destrezas que requiere aplicar para plantear una o varias soluciones.

Aprendizaje basado en simulación

El entrenamiento basado en la simulación consiste en sustituir la realidad por un escenario simulado en el que los estudiantes pueden entrenar para adquirir habilidades de comunicación, psicomotrices o de trabajo en equipo. Dichos escenarios, y las metodologías que se aplican en ellos, varían según las habilidades a entrenar. Este tipo de entrenamiento va siempre asociado a una sesión de retroalimentación en el que participantes y tutores analizan la actividad realizada, sus puntos fuertes y los aspectos a mejorar; esta sesión se debe acompañar de una fase de pensamiento reflexivo y crítico, para profundizar en las ciencias del proceso entrenado.

EMPRENDER EN ECONOMÍA SOCIAL

PLAN ESTRATÉGICO 2014-2015

Dentro plan estratégico que quiere llevar a cabo el centro, y más específicamente centrado en marco del programa de emprendimiento, desde nuestro grupo de trabajo de cultura y liderazgo proponemos una serie de estrategias y actividades para que se lleven a cabo en las tutorías. De esta manera, se quiere hacer al alumnado que participe de la cultura emprendedora y la economía social.

Las actividades que hemos preparado dentro de este plan de cultura emprendedora y economía social la vamos a enfocar en dos sesiones. Una primera sesión en la que vamos a analizar la economía social y una segunda sesión que haga referencia a la cultura emprendedora.

1ª sesión – **Economía Social**

La primera sesión estaría enfocada a la economía social. En ella es importante hacerle ver a nuestro alumnado que es la economía social y qué importancia tiene en el mercado, más siendo nuestro centro un claro ejemplo de ello. Para ello proponemos la siguiente actividad.

En primer lugar definir que es la economía social: Modelo empresarial integrado por empresas privadas, basadas en los principios de democracia, equidad, gestión participativa y primacía del trabajo y del factor humano frente al capital.

Las formas más extendidas son las cooperativas y las sociedades laborales. Explicar al alumnado si conocen cada uno de los términos y que ponga un ejemplo.

¿Qué es necesario para establecer una economía social?

Es necesario un pensamiento en paralelo de todos los integrantes en esta economía social. Para ello proponemos la siguiente actividad:

SEIS SOMBREROS PARA PENSAR

Introducción:

El método de los seis sombreros para pensar se basa en el pensamiento paralelo. En contraposición al pensamiento de confrontación, el pensamiento paralelo nos propone que miremos en la misma dirección. El objetivo principal es diseñar un camino hacia delante. Veámoslo con un ejemplo: imaginemos una casa grande, hay una persona delante y otra detrás y dos personas más se encuentran a cada lado de la casa. Las cuatro personas tienen una visión distinta de la vivienda. Las cuatro discuten porque cada una afirma que la suya es la visión correcta de la vivienda. Utilizando el pensamiento paralelo, todas se dirigen a la parte delantera de la casa y observan. A continuación van a un lado, después a la parte posterior y por último al lado que falta. Así en cada momento cada persona observa en paralelo desde el mismo punto de vista, desde la misma dirección. Dado que cada persona explora los cuatro lados del edificio, el tema se explora a fondo.

Las direcciones para pensar están representadas por los sombreros.

Ventajas de este método:

- * No se establecen categorías con las personas: nadie es un sombrero determinado, sino que “está utilizando el sombrero X en este momento”.
- * El objetivo no es ganar una discusión sino abrir un camino al conocimiento y a la verdad.
- * Se ahorra tiempo, pues no se discute desde diferentes posiciones, sino que se buscan soluciones desde una misma dirección.

Para recordar mejor los sombreros y sus funciones los vamos a recordar agrupados en pares:

Blanco y Rojo

Negro y Amarillo

Verde y Azul

Blanco: Hechos y Cifras	Rojo: Emociones, Sentimientos e Intuiciones.
Negro: Precaución, busca lo negativo	Amarillo: Positividad.
Verde: Creatividad	Azul: Control y Seguimiento del proceso

❖ **Sombrero blanco:** Hechos y Cifras (datos, estadísticas...).

Tenemos que distinguir en los hechos:

Hechos comprobados

Hechos no comprobados (creencias)

Podemos utilizar con el sombrero blanco hechos no comprobados, pero sabiendo que son creencias, es decir hechos de segunda clase. Las creencias o hechos creídos son necesarios pues es planteamiento hipotético es necesario para pensar, pero no podemos olvidar que son eso, creencias.

El pensamiento de sombrero blanco trata de información útil, por lo tanto las expresiones “la inmensa mayoría”, “en general” resultan aceptables, y debemos plantearla sabiendo que es una probabilidad.

En el sombrero blanco se puede plantear todo tipo de información siempre y cuando se formule correctamente.

❖ **Sombrero rojo:** Emociones, Sentimientos e Intuiciones.

El sombrero rojo te brinda la oportunidad de expresar las emociones, los sentimientos y las intuiciones sin necesidad de justificarlos o explicarlos.

Los participantes no pueden pasar cuando se les pregunta por sus sentimientos.

Si las emociones y sentimientos no se expresan en el proceso de pensamiento, permanecerán latentes e influirán en ese proceso de un modo oculto. Existen dos puntos en los que las emociones pueden influir en el pensamiento.

Puede existir una emoción intensa de fondo (temor, ira, odio, sospecha, celos, a mor...) que esté dominando el pensamiento. El objetivo del sombrero rojo consiste en hacer visible ese fondo para que su influencia pueda ser observada.

La emoción se desencadena a partir de una percepción inicial. Por ejemplo si percibes (tal vez erróneamente) que alguien está diciendo algo por interés personal entonces pasas a ignorar todo lo que dice esa persona. Somos muy dados a realizar este tipo de juicios instantáneos y a quedar atrapados en las emociones que provocan. (En este apartado tenemos que tener especial cuidado, pues hay más peligro en los prejuicios aparentemente fundados en la lógica que en aquellos que se reconocen como emociones)

Como veíamos al principio el sombrero rojo también incluye la Intuición.

La palabra intuición se utiliza en dos sentidos:

En el sentido de una visión repentina. Este fenómeno puede tener como resultado un arranque de creatividad, un descubrimiento científico o un avance matemático.

Y la intuición como la comprensión inmediata de una situación. En este sentido podemos encontrar la intuición en la base de una corazonada. Es decir podemos definir corazonada como una hipótesis basada en una intuición.

El pensamiento puede cambiar las emociones. No es la parte lógica del pensamiento la que cambia las emociones, sino la perceptual. Si vemos algo de manera distinta, nuestras emociones pueden modificarse con esa percepción modificada.

❖ **Sombrero negro:** Precaución.

El sombrero negro es para ser cuidadosa/o. Nos impide hacer cosas ilegales, peligrosas, inútiles, contaminantes...etc. Para sobrevivir necesitamos ser precavidos.

El sombrero negro constituye la base de la civilización occidental porque es la base del pensamiento crítico.

El pensamiento negro siempre es lógico. La crítica siempre debe apoyarse en una base lógica. Con el sombrero negro, el cerebro se sensibiliza para buscar posibles peligros, problemas y obstáculos. Se concentra en por qué algo puede no funcionar o no ser lo que conviene hacer. Es un error abusar del sombrero negro.

❖ **Sombrero amarillo:** Positividad y Oportunidad.

Consiste en buscar los posibles beneficios de una sugerencia.

(El sombrero amarillo es más difícil de llevar que el negro, pues en el cerebro existe un mecanismo natural que nos ayuda a evitar el peligro, pero no hay un dispositivo natural para el sombrero amarillo. Por ello ser positivo es una elección.)

El pensamiento positivo tiene que estar compuesto por una mezcla de curiosidad, placer y deseo de que las cosas ocurran.

El pensamiento amarillo es la búsqueda deliberada de lo positivo.

El pensador de sombrero amarillo tiene que expresar las razones de su optimismo. Si no se dan razones esa positividad podría ubicarse en el sombrero rojo.

El sombrero amarillo es el pensamiento constructivo y generativo. De él tienen que salir las ideas, las sugerencias y las propuestas. Se eligen los aspectos positivos de una idea. Es puro pensamiento de oportunidades.

El pensamiento de sombrero amarillo tiene que ver con la actitud positiva de hacer bien el trabajo. De eficacia.

El pensamiento de sombrero amarillo guarda una estrecha idea con la creación, con tomar una idea que ya se utiliza en otro ámbito y hacer que funcione, con generar enfoques alternativos para un problema... y puede definir oportunidades.

Del libro: “Seis sombreros para pensar”

E. DE BONO

2ª sesión – Cultura emprendedora

La sociedad actual cada vez demanda personas más preparadas y que además posean competencias sociales y personales. Muchas de estas cualidades hay que ir trabajándolas siempre potenciando y desarrollando las ganas de aprender. Hoy en día se habla mucho del espíritu emprendedor, por ello desde aquí queremos fomentar este espíritu emprendedor como un vehículo que promueve valores de responsabilidad, iniciativa, dinamismo, perseverancia y tolerancia tanto en el ámbito personal como en el social.

Para fomentar el espíritu emprendedor y la cultura emprendedora en el aula pretendemos desarrollar una serie de capacidades como la toma de decisiones, la negociación, la autoconfianza y la planificación. Para ello proponemos la siguiente actividad.

En primer lugar, definición de los términos

- Cultura emprendedora
- Espíritu Emprendedor
- Emprendimiento

En segundo lugar, se realizará una actividad, para que el alumnado potencie lo aprendido.

Una propuesta para cambiar el mundo

1. Título: Protagonistas de los cambios.

2. Objetivos:

- Fomentar la responsabilidad y compromiso del alumnado.
- Estimular la creación de ideas.

- Trabajo en equipo

- Fomentar el papel del alumnado como protagonista y responsable de los cambios.

3. Grupo destinatario: Bachillerato

4. Recursos necesarios: papel de estraza, cartulinas, rotuladores, equipo para visionado del vídeo.

5. Tiempo: 40 minutos.

6. Desarrollo

En esta dinámica se pedirá al alumnado que observe y explore su propio centro educativo, que piense qué cosas les gustaría cambiar y qué acciones mejorarían su funcionamiento. Se utilizará un papel de estraza dividido en dos columnas con los títulos ¿Qué nos gustaría mejorar? y ¿Qué haríamos para cambiarlo? Se plantearán temas que pueden servir de ejemplos para este análisis:

La convivencia e integración de diferentes de compañeros/as de diversas culturas en el centro.

La comunicación entre alumnado y profesorado.

El uso de ciertos recursos fuera del horario escolar.

La clase se divide en grupos de 4 o 5 personas y analiza las dos columnas mencionadas; luego se hará una puesta en común. Con esta actividad, se trabaja el concepto de responsabilidad y el fomento del compromiso e iniciativa del alumnado a la hora de proponer mejoras en un ámbito en el que conviven diariamente, como es su propio centro educativo.

Como conclusión, el profesorado apuntará que todas las propuestas tienen valor y que, a partir de la materialización de las mismas en acciones particulares, cambiar la realidad es posible. Posteriormente se analizarán cada una de las propuestas analizando si estas fuera posible desde el punto de vista contrario al del alumnado. La idea sería que el propio alumnado sea crítico con sus propias propuestas y vea cuáles son sus puntos flacos.

Finalmente se elaborará un informe con aquellas propuestas realmente factible y se presentarán de forma oficial al centro.

DIAGNÓSTICO SOBRE EL CONOCIMIENTO DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y EL COOPERATIVISMO

Planteamiento del problema

Debido a la importancia que posee en la actualidad la economía social, el emprendimiento y el cooperativismo, y especialmente debido al sello que caracteriza al C.E.S. Santa María de los Ángeles, el cual se constituye como una cooperativa con una larga trayectoria profesional, se persigue el promover su conocimiento y sus valores entre el alumnado.

Para este fin, se quiere establecer un diagnóstico que muestre si el alumnado matriculado en el centro conoce estos términos y su significado, así como la constitución empresarial de éste. Todo ello con el objetivo de llevar a cabo una serie de acciones que permitan al alumnado conocer el significado de los mismos, sus características, los valores que los guían sus acciones y promover una actitud emprendedora que les permita dar respuesta a las exigencias de la sociedad y economía actual.

Objetivos de la investigación

Objetivo general

- Observar el conocimiento que posee el alumnado sobre la economía social, el cooperativismo y la constitución empresarial del centro.

Objetivos específicos

- Conocer si el alumnado escolarizado en el centro considera que sabe el significado de los términos “economía social” y “cooperativismo”.

- Observar qué conocimientos concretos tiene el alumnado sobre los términos “economía social” y “cooperativismo”.
- Saber si el alumnado es consciente de que el centro en el que estudian es una empresa de economía social.

Población y muestra

La población a la que va destinada el estudio son los alumnos y alumnas escolarizados en el C.E.S. Santa María de los Ángeles.

La muestra es un conjunto de alumnos/as del centro seleccionados para llevar a cabo la investigación. El tamaño de la muestra es de un total de 30 alumnos/as, seleccionados todos ellos al azar, para lo cual se ha empleado un muestreo aleatorio simple.

Respecto a la muestra, conociendo el número total de alumnos/as escolarizados en el centro y el número de grupos existentes de las distintas enseñanzas que se imparten, para obtener una muestra significativa se ha seleccionado un total de cinco alumnos/as de los distintos grupos de primero de las enseñanzas de Bachillerato y Ciclos Formativos de Grado Medio.

Metodología

La metodología que se ha empleado para el presente proyecto de investigación es de corte cuantitativo, siendo éste un diseño ex - post - facto de tipo descriptivo.

El término ex post facto de acuerdo con Bernardo y Caldero (2000), significa: “después de hecho”, haciendo referencia a que primero se produce o manifiesta un fenómeno, el cual tienen una serie de consecuencias, y más tarde éstas se analizan.

Una de las principales características de los diseños ex post factos es que éstos son utilizados para la realización de investigaciones de tipo social y educativo.

La investigación ex post facto es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente las variables. Se observan los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después proceder al análisis.

Técnicas de recolección de información

La técnica que se ha empleado para la recogida de información es la encuesta. A través del cuestionario que se presenta a continuación se han podido alcanzar los objetivos establecidos en el presente estudio, gracias a la cumplimentación de los mismos por los alumnos/as que constituyen la muestra seleccionada.

El cuestionario ha sido elaborado incluyendo en él todas aquellas cuestiones que arrojasen información sobre los datos de interés para el estudio. Y la información proporcionada por los alumnos/as, a través de la cumplimentación de éste, han posibilitado la consecución de los objetivos establecidos.



Cuestionario empleado

CURSO:

EDAD:

SEXO:

1. ¿Qué es la Economía Social?

a. No lo sé.

b. Lo sé.

Si lo sabes, defínelo:

.....

.....

.....

.....

.....

2. ¿Qué es una Cooperativa?

a. No lo sé.

b. Lo sé.

Si lo sabes, defínelo:

.....

.....

.....

.....

.....

3. ¿Sabes si nuestro centro es una empresa de economía social?

a. Sí

b. No

Forma de pasar el cuestionario

Una vez finalizado el cuestionario definitivo se procedió a la distribución de cinco a cada uno de los tutores/as de los cursos seleccionados para la muestra. Los tutores/as fueron los encargados/as de pasar éstos a su alumnado de manera totalmente aleatoria.

Para ello, previamente se indicó a los tutores/as que no deberían tener en consideración ninguna variable para la selección de la muestra dentro de su grupo-clase.

Resultados obtenidos

Los resultados obtenidos a través del cuestionario para el diagnóstico muestran que el 76,66% del alumnado indica no saber qué es la economía social y el 23,33% manifiesta el conocer el significado de dicho término. Éstos últimos reflejan sus conocimientos al respecto y se observa que **lo conoce con exactitud únicamente el 3,33%**.

Respecto al conocimiento sobre qué es una cooperativa, el 40% del alumnado manifiesta no saberlo y el 60% dan una respuesta afirmativa. Éstos últimos reflejan sus conocimientos al respecto, a través de los cuales se comprueba que sólo un **30% parece conocer su verdadero significado o al menos alguna característica de éste**.

En relación a la tercera pregunta, sobre si saben si el centro es una empresa de economía social, en la que no se solicita que indiquen el por qué en caso de decir que sí, sólo **el 10% del alumnado contesta afirmativamente** mientras que el 66,66% manifiesta no saberlo.

Limitaciones encontradas

Para la elaboración del cuestionario final utilizado para el diagnóstico, inicialmente se elaboró otro cuestionario compuesto únicamente por preguntas cerradas, a través de las cuales el alumnado debía de responder “sí” o “no”. En este cuestionario inicial se pudo observar que casi todo el alumnado seleccionado para la muestra contestaba afirmativamente ante las mismas cuestiones planteadas.

Ante los resultados obtenidos a través de ese cuestionario inicial, se decidió hacer una depuración de los ítems, elaborando así un nuevo cuestionario que dio lugar al utilizado

finalmente. A través de este segundo cuestionario se pedía que aquellos alumnos/as que contestasen afirmativamente deberían dejar reflejados sus conocimientos al respecto. Lo que ha permitido ver que muchos alumnos/as desconocen el significado de los términos y muchos otros que dicen conocerlo, también lo desconocen.

Estos datos indican la suma importancia de la forma en la que se plantean los ítems y la facilidad del alumnado para indicar la posesión de conocimientos cuando no se les solicita que aporten información sobre éstos.

Conclusiones

A través del estudio realizado y gracias a los resultados obtenidos, se puede concluir que existe un gran desconocimiento por parte del alumnado sobre lo que es la economía social y el cooperativismo.

Ello indica que igualmente desconocen los principios y valores que rigen el funcionamiento de las cooperativas, y por ende, las características y funcionamiento del centro en el que se encuentran cursando sus estudios.

Estos resultados ponen de relieve la necesidad de emprender acciones dirigidas a la enseñanza del significado de estos términos y a promover los principios y valores que rigen su funcionamiento.

INDICADORES DE EVALUACIÓN

Los indicadores utilizados para medir el cumplimiento del Programa de Emprendimiento e Innovación son:

- $(N^{\circ} \text{ de acciones ejecutadas} / N^{\circ} \text{ de acciones previstas}) \times 100$: Indica cuántas acciones se realizan en el curso escolar, del total previstas.
- $(N^{\circ} \text{ de acciones completadas} / N^{\circ} \text{ de acciones realizadas}) \times 100$: Indica cuántas acciones realmente se terminan de todas las iniciadas.

ANEXO I: INICIATIVAS POR TIPOLOGÍA

Emprendimiento Creativo-Cultural	Emprendimiento Social	Emprendimiento Empresarial y Productivo
Día de Andalucía	Recogida de Alimentos	Miniempresas Educativas
Concurso Gastronómico	Reducir, Reciclar, Reparar y Reutilizar Productos	Simulador Empresarial HIPATIA
Festival de Villancicos	Día de la Paz	Emprendejuven
Biblioteca	Actividades del DACE “Recrear el Tiempo”	Jóvenes Emprendedores
Día de la Constitución		Gymkana “Conoce tus Recursos”
		Jornadas de Emprendedores “Mari Cruz Martínez”
		Jornadas de Puertas Abiertas
		Proyectos Europeos
		Promoción y Comunicación Empresarial
		Monta tu Empresa
		Calendario Fiscal para Emprendedores
		Técnicas de Escaparatismo



ANEXO III: MINIEMPRESAS EDUCATIVAS

Dentro del Plan de Fomento de Cultura Emprendedora de la Consejería de Educación se establece la creación de un itinerario de proyectos educativos para fomentar la educación emprendedora a través de la generación de miniempresas y otras propuestas didácticas de generación de valor, impulsando la colaboración de los equipos docentes, la dinamización de la comunidad educativa y la conexión con el entorno, todo ello potenciando las competencias profesionales y personales del alumnado.

Existen diferentes proyectos educativos en función de la etapa, siendo el Proyecto Empresa Joven Europea (EJE) el destinado a alumnos de Bachillerato y Grado Medio.

“Empresa Joven Europea” (EJE):

Es un programa educativo promovido en Andalucía conjuntamente por la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo y la Consejería de Educación. Se dirige a alumnos y alumnas de 3º y 4º curso de Educación Secundaria (de 14 años en adelante), Bachillerato, ciclos de Formación Profesional y PCPI, quienes aprenden a crear y gestionar sus propias empresas cooperativas, así como a comercializar sus productos.

De esta forma, los estudiantes conocen de forma práctica y real el funcionamiento de una empresa, debiendo negociar los pedidos, realizar labores de importación y exportación, además de poner a la venta sus productos en el mercado real andaluz.

Esta iniciativa persigue potenciar la cultura emprendedora en los jóvenes andaluces y lograr que aumente su valoración sobre la imagen social del emprendedor, la autosuficiencia económica y el aprovechamiento de los recursos endógenos de su entorno, así como el contacto con las instituciones y agentes sociales de su localidad.



El objetivo de este curso es iniciar esta acción en el Ciclo Formativo de Grado Medio de Técnico en Comercio, pudiéndose llevar a cabo mediante la modalidad 3 descrita en la página web para iniciarnos en este proyecto, con la intención de que en el próximo curso se pueda realizar colaborando con otros centros europeos siguiendo la modalidad 1 y para posteriores cursos académicos ir implantándolo en Grado Medio de Gestión Administrativa, Grado Medio de Farmacia y Parafarmacia y 1º de Bachillerato.

Más información sobre el programa:

www.juntadeandalucia.es/educacion/webportal/web/culturaemprededora/miniempresas

ANEXO IV: SIMULADOR EMPRESARIAL HIPATIA

El simulador empresarial HIPATIA es un software de simulación y se basa en el recorrido simulado por las distintas fases que puede atravesar cualquier proyecto empresarial en un mercado real.

Para ello el simulador cuenta con la posibilidad de iniciar proyectos simulados, en la que un grupo de alumnos/as puede agruparse en proyectos empresariales que competirán en cualquier actividad (previamente configurable y adaptable a la realidad que se persiga simular), donde los alumnos/as serán gestores de empresas simuladas y que deberán responder a las diferentes situaciones por las que pasaría cualquier empresa real.

Se recreará para ello un mercado virtual, donde las empresas competidoras en un sector serán las que creen los propios alumnos/as, y donde el resto de personajes necesarios, tales como proveedores de inversiones, y material, suministradores de servicios, entidades financieras, y trabajadores, serán generados por el propio simulador empresarial (una herramienta informática on line, con capacidad para generar estos personajes, permitir que incorporen los datos necesarios, que negocien, en el caso de los trabajadores, que suministren material, los proveedores, que faciliten financiación, bancos, o que demanden productos, los clientes).

Esta acción puede ir destinada a los dos ciclos formativos donde ya se imparte un programa de simulación empresarial, que son el Ciclo de Grado Medio de Gestión Administrativa y el Ciclo de Grado Superior de Administración y Finanzas.

Más información sobre el programa:

www.juntadeandalucia.es/educacion/hipatia

ANEXO V: EMPRENDEJOVEN

El programa pretende fomentar la cultura emprendedora y promover el autoempleo entre los estudiantes de la Formación Profesional Andaluza, de tal modo que el alumnado participante pueda convertir sus ideas de negocio en proyectos de empresa reales con la ayuda de profesionales especializados.

Esta acción se va a continuar haciendo, como en cursos anteriores, en los ciclos de Grado Superior en Agencia de Viajes y Grado Medio en Farmacia y Parafarmacia, a través del módulo de “Empresa e Iniciativa Emprendedora”; y además se va a implantar en el ciclo de Grado Superior en Administración y Finanzas.

Emprendejuven está más enfocado para ciclos de grado superior ya que se trata de elaborar un Plan de Empresa y ya en estos ciclos se elabora en el proyecto final.

Más información sobre el programa:

www.emprendejuven.es

ANEXO VI: JÓVENES EMPRENDEDORES

KitCaixa Jóvenes Emprendedores es un programa pedagógico que tiene el objetivo de despertar las habilidades emprendedoras en los alumnos, promoviendo el crecimiento personal y potenciando la capacidad de iniciativa.

A través de este programa, los jóvenes podrán observar desde una perspectiva diferente, dirigida a detectar nuevas oportunidades y llevar a cabo proyectos ideados por ellos mismos, con la finalidad de que aprendan del proceso y de lo que significa ser emprendedor.

Así, los alumnos deberán trabajar en equipo para definir bien el problema y la oportunidad, organizar el proceso de generación de valor y organizar el equipo adecuado, comunicar el proyecto para obtener recursos, diseñar su modelo de negocio, construir un prototipo y testarlo para mejorar paso a paso y comunicar la propuesta de valor para hacer realidad el proyecto.

Pero además las escuelas del estado español inscritas en el proyecto KitCaixa Jóvenes Emprendedores tendrán la oportunidad de participar en el Desafío Emprende y optar a ganar un viaje formativo a Silicon Valley, donde conocerán alguna de las iniciativas más innovadoras del mundo y llevarán a la práctica retos emprendedores creados por sus empresas patrocinadoras.

Este Programa se dirige a alumnos de 3º y 4º de ESO, 1º y 2º de Bachillerato y de Ciclos Formativos de Grado Medio. Esta acción se va a llevar a cabo este año en 1º de Bachillerato pero con la intención de implantarlo en otros cursos en los próximos años.

Más información sobre el programa:

www.educaixa.com/-/kitcaixa-jovenes-emprendedores

ANEXO VII: GYMKANA “CONOCE TUS RECURSOS”

DEFINICIÓN

La actividad con los alumnos/as consiste en recrear una variedad de posibles situaciones reales, relacionadas con su futura vida laboral, donde sea necesario o conveniente el asesoramiento en los distintos Organismos Públicos existentes.

OBJETIVOS

El objetivo principal de esta dinámica es conseguir que el alumno sepa identificar, localizar geográficamente en su provincia y, conocer las funciones y competencias de los principales Organismos Públicos relacionados con su futura vida laboral o empresarial.

PARTICIPANTES

La actividad se puede realizar con los alumnos/as de un aula o de varias aulas conjuntamente, dependiendo del espacio disponible en el centro.

MATERIALES

Los materiales deben elaborarse por parte del profesorado, consistiendo los mismos en la redacción de diez o más casos prácticos de distintas situaciones posibles donde haya que recurrir a varios Organismos públicos para el asesoramiento o realización de trámites administrativos, todo ello para la consecución de determinados objetivos propuestos dentro del marco laboral o empresarial.

También deben elaborarse tarjetas, éstas deben incluir las competencias principales del Organismo en cuestión y tendrá asignado un color que será distinto para cada Organismo.

Se realizarán tantos carteles, tamaño folio, como Organismos implicados y del color asignado a cada uno de ellos.

DESARROLLO

Preliminares: Cada Organismo estará representado por un alumno/a, que al comienzo de la actividad deberá exponer brevemente las funciones del Organismo al que representa y su ubicación en la ciudad. Dispondrá de un espacio compuesto por su propia silla, una mesa, y las sillas para los posibles usuarios/as, donde quede expuesto el cartel con su nombre. Dispondrá de tarjetas con sus competencias para entregar al usuario/a que le visite. Se hará entrega, por parte del profesor, a cada grupo de alumnos/as participantes (posibles usuarios) del caso práctico correspondiente. Dispondrán los grupos participantes de 10/15 minutos para la lectura del caso práctico asignado y la puesta en común del itinerario conveniente para la consecución de los objetivos propuestos en cada caso.

Comienzo de la dinámica: Dispondrán de 10/15 minutos para acercarse a las mesas de los Organismos que consideren deben intervenir o al que deben acudir para su asesoramiento y resolución del caso práctico. En cada visita al Organismo en cuestión, el alumno/a representante del mismo volverá a leer al grupo sus funciones y así confirmar la conveniencia de solicitar sus servicios y la posterior entrega de su tarjeta asignada. Si una vez leídas las competencias el grupo desea abandonar el Organismo podrá hacerlo, en ese caso, no recibirá la tarjeta y reconsiderará su itinerario.

Finalización de la gymkana: Una vez que todos los grupos recojan las tres tarjetas de los Organismos que han elegido, se dará por finalizado el juego.

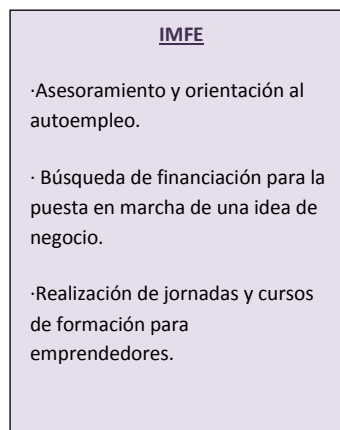
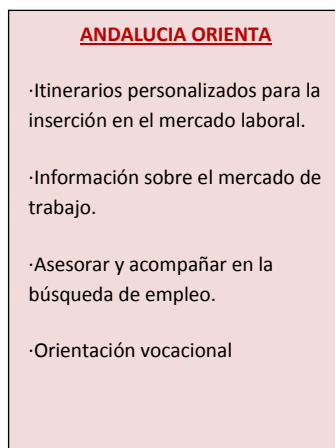
EVALUACIÓN

Al término de la actividad se irán exponiendo, por parte de cada grupo cada caso práctico y los Organismos elegidos como adecuados a la resolución del supuesto práctico. El profesor comprobará que la elección de las tarjetas sea la correcta y si no es así, deberá dar la solución correcta al supuesto, explicando brevemente las razones de la misma.

Sería conveniente la visita de alguno de estos Organismos, previa o posteriormente a la realización de la gymkana, para afianzar conceptos y ver de propia mano, el funcionamiento y ubicación de los mismos.

ANEXOS

- Modelo de tarjetas:



- Modelo de caso práctico:

Este año, María ha terminado el ciclo superior en Agencias de viajes y gestión de eventos, y está un poco desorientada respecto a su futuro profesional. Piensa que primero lo más conveniente es informarse de cómo está el mercado laboral en su sector y que le ayuden a valorar y decidir si optar por la búsqueda de empleo por cuenta ajena o por cuenta propia.

Después de acudir al Organismo que le ayudó en la consecución del primer objetivo, ha reunido a varias amigas y juntas han pensado montar su propia agencia de viajes. Han pensado crear una empresa donde las tres sean socias y trabajadoras al mismo tiempo y quieren buscar información para decidir la forma jurídica más conveniente, teniendo en cuenta que las tres van a aportar capital y además quieren participar en la toma de decisiones de la empresa de manera democrática. Además necesitan que les asesoren en el proceso de puesta en marcha de la misma. ¿A qué organismo deberían acudir?

Después de clarificar esta información, tener claro la forma jurídica y los pasos a seguir para iniciarla desean saber si existen incentivos económicos para montar su empresa en Málaga ciudad.

Solución al supuesto:

María debe primero solicitar información en Andalucía Orienta, donde le asesoren en lo referente al mercado laboral en el sector turismo y le ayuden a definir su futuro laboral.

Una vez que María tiene claro que quiere montar su propia empresa y habla con sus tres posibles socias debe dirigirse a SEPES, donde le informarán de como montar una empresa de economía social, ya que las características de las socias y su modelo de empresa se adapta perfectamente a este tipo de sociedad.

Después de esto, quieren buscar algún tipo de ayuda económica que favorezca su puesta en marcha. Para ello deben pedir información en el IMFE, ya que la empresa se va a montar en la misma ciudad de Málaga.

ANEXO VIII: JORNADA DE EMPRENDEDORES

“MARI CRUZ MARTÍNEZ”

Estas jornadas se crean con la intención de honrar la memoria de nuestra compañera Maruchi, una gran profesional y mejor amiga, a la que nunca olvidaremos, por su eterna sonrisa y su activa labor en las diferentes acciones organizadas por el centro.

Por este motivo, en su memoria, creamos unas Jornadas con la intención de despertar en nuestro alumnado la iniciativa, creatividad, innovación y motivación, cualidades fundamentales para fomentar el espíritu emprendedor.

En estas Jornadas se invitarán a empresarios de la zona que sean conocidos y cercanos al alumnado para que cuenten su experiencia como emprendedores. También se crearán mesas redondas con antiguos alumnos del centro que hayan montado su propia empresa, charlas, debates y talleres de habilidades sociales y de liderazgo.

ANEXO IX: JORNADA DE PUERTAS ABIERTAS

Como ya se viene llevando a cabo en el centro, se organizan visitas guiadas a posibles nuevos alumnos. Estas visitas parten del acuerdo con otros centros educativos para que sus alumnos conozcan nuestras instalaciones.

En este curso, como novedad, pretendemos que estas visitas sean más participativas y animadas, que nos sirva como publicidad para atraer nuevos alumnos, de modo que nuestros visitantes puedan interactuar con el profesorado y el alumnado de nuestro centro en las labores más significativas de cada área.

A modo de ejemplo, durante este día, el alumnado de farmacia podrían estar en el laboratorio elaborando cremas, pomadas... y explicarles a los invitados que están haciendo; el alumnado de enfermería podría hacer simulaciones de primeros auxilios; el alumnado de administrativo simularía encontrarse trabajando en una empresa; el alumnado de agencia de viajes les podrían organizar la visita; el alumnado de comercio podría vender los productos de su cooperativa, enlazando con el programa de miniempresas educativas; el alumnado de dietética podría realizar dietas y ofrecer un desayuno saludable en el cual también podrían participar el resto del alumnado.

ANEXO X: PROYECTOS EUROPEOS

Los proyectos Europeos engloban varias líneas de actuación, siendo las siguientes:

SUBPROGRAMAS Y ACCIONES DEL PAP Y NUEVO MARCO ERASMUS+

ERASMUS

Para el alumnado:

Realización de la FCT en el extranjero. Finalmente de las 9 movilidades concedidas sólo se van a utilizar 6. Cinco han sido para alumnado del CFGS de Agencia de Viajes y Gestión de Eventos en Croacia, y una para un alumno del CFGS de Dietética.

Para el profesorado:

Para la formación Erasmus del Profesorado se ha trabajado en el diseño de un programa que tendrá lugar en la zona Stratford y Manchester (Reino Unido), durante cinco días, en el mes de Julio. Para el diseño del mismo contamos con la colaboración de Gill Howland (EFEA) y de Gerard Liston de Schools Linking (Visita de Estudio en Haugesund). Esta actividad formativa permitirá, por un lado, recibir una formación sobre liderazgo pedagógico y, por otro, contactar con centros de la zona de Birmingham y Manchester. Para este último cometido se emplearán tres días. Dado que la formación en liderazgo pedagógico estará organizada por el Fórum Europeo de Administradores de la Educación del Reino Unido (BELMAS), esta formación nos ayudará a crear nuevos lazos con miembros de este Fórum.

COMENIUS

El centro participa en la Asociación Multilateral Comenius International Tourist Marketing Programmes for Young People, con un instituto de Alemania (Mühlhausen) y otro de Noruega (Grimstad). El objetivo de esta asociación es elaborar, en cada región participante, un programa turístico de bajo coste para jóvenes.

LEONARDO

Movilidades para el alumnado IVT (Initial Vocational Training). De las cuatro movilidades concedidas por la OAPEE para el curso escolar 2013-14 se han llevado a cabo 3 movilidades, 1 de una alumna del CFGM de Auxiliar de Enfermería (Francia) y 2 de dos alumnas del CFGM de Comercio (Finlandia) que se llevaron a cabo en el primer trimestre al ser ciclos LOGSE.

Se ha participado en el proyecto Leonardo Help (Holistic Entrepreneurial Learning Pathways) que tenía como objetivo, por un lado, intercambiar experiencias emprendedoras que las organizaciones participantes estuvieran implementando en sus diferentes países y, por otro, extraer conclusiones y proponer nuevas alternativas emprendedoras e innovadoras de una manera conjunta. La asociación está vinculada a competencias clave (sentido de la iniciativa y espíritu de empresa) de la estructura, las competencias europeas de referencia clave para el aprendizaje permanente. Esta actividad se ha llevado a cabo los días 7, 8 y 9 de Octubre en Graz (Austria). La acogida de este grupo en Málaga queda reflejada en un apartado anterior. Se pidió colaboración a la Coordinadora de Proyectos y a la Vicepresidenta de ACES para publicar un artículo sobre este proyecto en el monográfico de Erasmus + que fue publicado en la revista OGE del mes de mayo/junio.

Se ha colaborado con ACES-INNOVES en la iniciativa Leonardo denominada EYE-i Project “European Youth Enterprise” con socios del Reino Unido, Chipre, Alemania y Países Bajos. La Fundación INNOVES colabora con ACES para poner en marcha una convocatoria de premios,

entre los centros de FP de economía social, donde se premian las mejores ideas sobre proyectos que combatan el desempleo juvenil y que puedan poner en práctica bajo fórmulas jurídicas de Economía Social. Desde el centro se enviaron cuatro propuestas elaboradas por alumnado de 2º AV y 2º de AF. Se llevó a cabo en Londres los días 28 y 29 de Noviembre.

JUVENTUD EN ACCIÓN

YIA 1.1: "Internet nowadays". Esta acción 1.1 se llevó a cabo del 30 de Julio al 8 de Agosto en Estonia. Participó alumnado de bachillerato junto al profesor Sergio Bernal. Se trabajó el tema de un correcto uso de internet.

YIA 1.1: "Creationship-creative entrepreneurship". Tuvo lugar en Petras (Grecia), del 30 de Noviembre al 7 de Diciembre de 2013. Esta acción giraba en torno al emprendimiento y se seleccionaron para participar de entre 8 solicitudes a una alumna de 2º AA.VV y una de 1º Soc. B. El curso estaba diseñado para que los/as jóvenes participantes (entre 18 y 30 años) aprendan a fomentar la creatividad individual y grupal, y utilizarla con el fin de aumentar sus posibilidades de empleabilidad. La valoración fue muy positiva.

YIA 1.1: "Raise your sails". Se ha gestionado y coordinado este proyecto de intercambio sobre Orientación profesional que tendrá lugar en Estonia dirigido a jóvenes de 16 a 19 años del 30 de Junio al 9 de Julio. Ya está seleccionado el alumnado de bachillerato.

YIA 1.1: "Tools and skills". Se ha realizado ya la selección de participantes (del profesorado) de este proyecto que se llevará a cabo en Armenia a finales de Julio. Es un curso para dotar de herramientas y habilidades para trabajar con grupos.

SVE.

Este curso se ha contado de nuevo con dos personas voluntarias, una de Eslovaquia y otro de Italia. Su papel ha sido similar al desarrollado por el voluntariado de años anteriores: promover la movilidad e interculturalidad entre el alumnado y el profesorado usando distintos medios como las tutorías, para presentar la realidad de sus países de origen y su propia experiencia; colaborar con los proyectos lingüísticos del centro a través de intercambios de conversación y con los English Club; colaborar en los proyectos internacionales que se llevan a cabo; participar activamente en las actividades planificadas por el centro, recopilando datos, fotos, etc de los diversos acontecimientos dentro de la comunidad educativa; colaborar con nuestros programas Erasmus; búsqueda de programas de Juventud en acción.

OTROS PROYECTOS INTERNACIONALES

Fomento de la interculturalidad y la solidaridad a través del proyecto integrado de los bachilleratos, con el objetivo de seguir en la línea de trabajo iniciada el curso pasado. Se ha mantenido contacto a través de cartas con las chicas e Togo a las que se becaron con lo recaudado en la jornada solidaria el curso pasado.

VISITA DE ESTUDIO

Rafael como orientador y vicepresidente del Consejo Rector ha realizado una visita de estudio denominada “Improving informed student choices trough cooperatopn between schools and enterprises”, la cual perseguía el objetivo de fortalecer la cooperación entre la educación, las prácticas y la empresa. Ha tenido lugar en Haugesund, Noruega, del 5 al 9 de Mayo.

El Proyecto Comenius plantea la realización de una nueva acción:

1. TÍTULO

Dentro del Curso de Formación Continua Comenius IST, bajo el título: “From idea to successful realisation: new methodologies, techniques and “Know how to improve the management and increase the benefits of european educational projects”

2. INTRODUCCIÓN

Durante el curso académico 2012-2013 se crea, con la finalidad máxima de hacer partícipe al alumnado. Este curso, dirigido a profesionales de la educación de diversos sistemas europeos (Alemania, Croacia, Dinamarca, Finlandia, Países Bajos, Polonia y Turquía), con un marcado acento internacional, en el que además de una adecuada formación teórica, se ha intercalado una práctica, en el marco de un extenso y detallado programa cultural organizado y coordinado por el profesorado y alumnado del Ciclo Formativo de Grado Superior de Técnico en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.

Se han podido poner más que de manifiesto las diversas competencias de Ciclo a través de sus diversos módulos. Para ello este proyecto se centra en las afines al Ciclo de Agencias de Viajes y Gestión de Eventos Culturales, además de las estrategias de comunicación oral y escrita que se pueden llevar a cabo a tal respecto. Práctica más que fundamental en el Ciclo, que le permita al alumnado desenvolverse en el extenso panorama del mercado turístico.

3. OBJETIVOS

Entre los objetivos generales de este proyecto, se encuentran:

- a) Analizar el mercado turístico para conocer las necesidades de los consumidores, las estrategias de los competidores y la evolución del sector, con objeto de encontrar oportunidades de negocio
- b) Programar y ofertar viajes combinados y otros servicios turísticos complejos que se adecúen en calidad, tiempo y precios a las demandas del cliente.

- c) Programar y ofertar servicios para congresos, convenciones, ferias y otros eventos, que se adecúen a las expectativas y necesidades de los clientes.
- d) Proponer programas de promoción y comunicación así como canales de distribución, para dar a conocer la oferta de la empresa al mercado, controlando la efectividad de los mismos.
- e) Asesorar y proponer al cliente diferentes alternativas de servicios turísticos y análogos, interpretando sus solicitudes y calibrando sus necesidades, para cubrir sus expectativas.

Entre los objetivos específicos de este proyecto, se encuentran:

- a) Poner en funcionamiento un servicio post-venta aparejado a la oferta y atender al cliente para dar respuesta a sus solicitudes y /o reclamaciones asegurando su satisfacción y la calidad de los mismos, desarrollado en los módulos de Marketing Turístico o Protocolo y Relaciones Públicas.
- b) Describir, caracterizar, identificar y evaluar los procesos incluidos en las actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos en lenguas extranjeras, desarrollado en los módulos de inglés y francés conjuntamente
- c) Motivar el personal a su cargo, delegar funciones y tareas, promoviendo la participación y el respeto, las actitudes de tolerancia y los principios de igualdad de oportunidades, correspondiente al módulo de Formación y Orientación Laboral

4. METODOLOGÍA

En cuanto a la línea metodológica, se ha querido que sea el propio alumnado el que desarrolle su labor de búsqueda, estudio, confrontación y divulgación de los diversos contenidos.

Entre las pautas llevadas a cabo para la consecución de los mismos se encuentran:

- a) Identificar, así como la caracterización de los elementos que condicionan la demanda del mercado turístico.
- b) Trabajar las actitudes del alumnado en referencia a los aspectos relacionados en la atención al cliente

- c) Describir, así como la aplicación de las nuevas normas de Marketing , haciendo acopio de documentación necesaria para elaborar un folleto
- d) Seleccionar los recursos turísticos más relevantes analizando su oferta y características más relevantes.
- e) Aplicar nuevas tecnologías y aplicaciones informáticas para detectar los distintos recursos
- f) Investigar las nuevas formulas de ofertar y acercar el legado cultural al visitante
- g) Realizar las visitas guiadas a puntos de interés turístico por su patrimonio cultural o natural.
- h) Analizar y seleccionar procedimientos de actuación ante situaciones imprevistas en ingles.

5. CONTENIDOS

A continuación se exponen en trípticos todo el material que hace referencia a los diversos contenidos.

“HISTORICAL MALAGA”

Itinerario guiado recorriendo diversos puntos estratégicos del casco antiguo de Málaga (Teatro Romano, Alcazaba,etc...)

“A CITY FOR LEISURE”

Itinerario variado por el centro de la ciudad, haciendo hincapié en los rincones más emblemáticos y pintorescos de la ciudad, como promoción, desde el ámbito lúdico (bares tradicionales, comida típica, artesanía popular, tradiciones, folklore, etc.)

“PICASSO 'S MALAGA: VISIT OF THE PICASSO MUSEUM “

Visita guiada por el Museo Picasso . El objetivo fundamental es dar a conocer la importancia del genial pintor malagueño y la profunda huella dejada en la sociedad actual a través de sus cuadros.

“HISTORICAL MALAGA II: SEA AND GARDENS “.

Paseo por la Málaga natural. El Parque, situado en pleno centro de nuestra ciudad, cuenta con una gran variedad de flora tropical y subtropical, convirtiéndose en un punto de referencia en cuanto a vegetación se refiere. Este maravilloso parque está formado por palmeras, ficus, cedros, cipreses y una larga lista de flora exótica y especies originarias de todos los continentes del mundo.

En su origen, las plantas llegaron al Parque de Málaga de viveros españoles, pero también de Europa y América, jugando un papel fundamental el gran intercambio comercial que ha experimentado el puerto malagueño.

Pretexto fundamental para explorar cada uno de los rincones de este espacio vegetal así como para disfrutar de la panorámica del puerto.

“FREE DAY “. Se recogerán todo tipo de propuestas del alumnado para que se pueda orientar al profesorado participante a disfrutar del día libre en nuestra ciudad.

6. TEMPORALIZACIÓN

En principio, lo ideal, teniendo en cuenta que el curso está orientado a alumnado de Primer Curso del Ciclo Formativo de Grado Superior de Técnico en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos, su desarrollo está programado para mediados del Segundo Trimestre. De esta manera, el alumnado podrá tener una base previa así como unos conocimientos generales para su desarrollo, además de permitirles un conocimiento entre ellos, que les permita poder trabajar en grupo y alcanzar los diversos objetivos previstos.

Asimismo, el alumnado trabajará los diversos contenidos no sólo dentro del horario escolar así como fuera del mismo, permitiéndole poder afrontar conjuntamente el resto de módulos.

En líneas generales, podríamos resumir en diversos puntos la labor encomendada a nuestro alumnado:

Selección, contrastación y estudio de los diversos recursos turísticos más relevantes.

División de los contenidos por grupos. Lo ideal sería una media de 465 integrantes máximo (por grupo). De esta manera cada uno de los grupos podrá especializarse y documentarse de toda la información pertinente.

Puesta en común en clase, supervisado en todo momento por el profesorado responsable, además de la exposición teórica y práctica de las diferentes tácticas de comunicación oral y escrita de cara al público, así como favorecer a las relaciones cordiales entre los integrantes que componen cada uno de los grupos.

Dedicación tanto en clase como fuera de ella de los diversos contenidos, permitiéndole al alumnado un conocimiento y un manejo suficiente que le permita el desarrollo de la actividad.

Puesta en práctica de dichas estrategias tras su aprobación por parte del profesorado.

7. MATERIALES Y MEDIOS

El alumnado deberá tomar como referencia no sólo la experiencia que ha debido de coger durante el Primer Trimestre, en cuanto a la desenvoltura y conocimientos turísticos generales. Para ello le serán de gran utilidad los contenidos recibidos de dos de sus módulos, como pueden ser Destinos Turísticos y Recursos Turísticos, además de la fluidez verbal y escrita que necesaria para traducir los contenidos a la lengua inglesa.

Además de los contenidos teóricos aportados en sus diversos módulos, el profesorado prestará las indicaciones que estime oportunas para que el desarrollo de los contenidos quede más que al nivel necesario para la puesta en valor de cada uno de los contenidos del curso. Siendo de vital importancia, al mismo tiempo, la información que el alumnado pueda recopilar en las Aulas de

Informática del Centro, siempre y cuando se adecúen sus contenidos a las pautas o directrices que el profesorado responsable estime oportunas.

Por otra parte, el alumnado podrá acceder también al uso de determinados materiales y medios para llevar a la práctica las ideas que hayan creado. Para la elaboración de trípticos o carteles pueden utilizar el servicio de reprografía. Para la traducción a la lengua inglesa también será posible contar con el importante apoyo que supondría el papel del voluntariado europeo que hace sus prácticas en nuestro Centro, que se mantendría siempre dispuesto a la ayuda solicitada por parte de nuestro alumnado

El centro además podría facilitar proyectores, materiales artísticos, manuales, etc.

8. EVALUACIÓN

Criterios de evaluación.

- El profesorado responsable debe de adecuar los criterios que se exponen a continuación a cada grupo de trabajo para lo cual adjuntamos un modelo o ficha de evaluación.
- Exposición de los objetivos didácticos que se pretenden conseguir.
- Breve descripción de la tarea final de cada grupo de trabajo.
- Desarrollo de las competencias específicas que se pondrán de manifiesto por el grupo de trabajo mediante la actividad a realizar y su relación en cuanto a cada módulo cursado.
- Aspectos relacionados con los diversos contenidos (materia, comunicación, culturales y Cognitivos)
- Seguimiento del grupo de trabajo en sus diversas fases: inicio, desarrollo y exposición final.
- Se prestará una especial importancia a la actitud observada en el alumnado a lo largo de toda la actividad, así como de la metodología llevada a cabo. En el caso de que se hayan tenido que prestar medidas de refuerzo necesarias, éstas deberán de reflejarse, además de aportarse las observaciones que se estimen oportunas en cada caso.

Modo de evaluación.

El profesorado realizará una evaluación continua del proyecto a lo largo del segundo trimestre. Se valorará no sólo el desarrollo de la actividad en su fase de exposición, sino que será necesario un seguimiento de control desde el inicio de la actividad. Lo ideal es que se asigne un profesor responsable para cada uno de los distintos grupos de trabajo. No obstante, sería necesario, al mismo tiempo, el nombre un coordinador general del programa que coordinase todas las pautas anteriormente expuestas en el apartado anterior. Una vez finalizada la actividad, el profesorado responsable se reunirá y evaluará conjuntamente el desarrollo del programa.

ANEXO XI: PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN EMPRESARIAL: PROMOCIONANDO EL CICLO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA

INTRODUCCIÓN

Este Proyecto se crea con la finalidad de estimular al alumnado al emprendimiento. Se trata de fomentar la originalidad y la creación de estrategias o ideas a través de la investigación y el debate.

Para ello este proyecto se centra en la promoción o publicidad del ciclo de Gestión y de las estrategias de comunicación oral y escrita que se pueden llevar a cabo a tal respecto. El alumnado creará y llevará a cabo tácticas de comunicación para promocionar dicho ciclo, explicando las diferentes ventajas de seguir estudiando un grado medio después de la enseñanza obligatoria, y en particular, fomentando las razones de formarse en Gestión Administrativa.

OBJETIVOS

Entre los objetivos generales de este proyecto se encuentran:

- a) Buscar una actitud de emprendimiento por parte del alumnado.
- b) Valorar la cultura emprendedora como fuente de creación de empleo y bienestar social.
- c) Identificar el concepto de innovación y su relación con el progreso de la sociedad y el aumento del bienestar en los individuos.

Entre los objetivos específicos de este proyecto, se encuentran:

- a) Identificar las principales ventajas del estudio de grados medios después de la educación secundaria, y en particular, del grado medio de Gestión.

- b) Investigar determinadas experiencias de antiguo alumnado o alumnado en prácticas.
- c) Analizar los diferentes canales de comunicación oral y escrita y su aplicación a la promoción del grado medio de Gestión Administrativa.
- d) Aplicar estrategias de promoción del ciclo y llevarlas a la práctica en situaciones reales.

METODOLOGÍA

El proyecto “Promoción y Comunicación Empresarial” se puede interpretar como un programa de aprendizaje emprendedor que, como tal, ofrece muchas posibilidades de llevarse a cabo, dependiendo en mayor parte de la creatividad y la libertad de decisión del alumnado.

El profesor facilitará las herramientas necesarias para que el alumnado pueda decidir cómo realizar el proyecto, siempre dentro de ciertos parámetros de actuación. Por ejemplo, el producto final podrá variar según las ideas del alumnado. De esta manera, se podrían realizar trípticos promocionales, carteles, folletos publicitarios, páginas webs, emails en cadena, uso de redes sociales, blogs virtuales, diarios de aula, etc. El profesorado tratará de guiar al alumnado en este respecto, intentando hacerles investigar y usar su originalidad y creatividad para decidir qué tipo de producto final pretenden realizar para la promoción de este ciclo medio.

Por otra parte, es preferible realizar el proyecto en grupos de hasta cuatro alumnos/as, ya que de esta manera se fomenta de forma más fácil el intercambio de ideas y el debate.

Con la finalidad de publicitar el ciclo formativo de Gestión Administrativa de forma adecuada, el alumnado también tendrá la posibilidad de contactar antiguos alumnos que actualmente se encuentren trabajando, así como estudiantes en prácticas. De esta forma obtendrán una visión mucho más amplia de las posibilidades que ofrece este grado, y podrán informar más profundamente al destinatario de dicha publicidad.

Como se ha comentado anteriormente, el presente proyecto debe ofrecer un producto final que dependerá del carácter emprendedor y creativo del alumnado. Dicho producto o trabajo final debe ser expuesto al público, es decir, debe tener una proyección real. Para ello, el alumnado que haya realizado carteles o trípticos podrá repartirlos por colegios de enseñanza secundaria o alrededor de nuestro propio centro. Por otro lado, el alumnado de centros visitantes que acuden

regularmente a nuestro colegio podría ser un buen objetivo al que ir destinada esta información, otorgando a los participantes de este proyecto una oportunidad real de promoción y comunicación oral. En el caso de páginas web, redes sociales, correos electrónicos, etc. la exposición al público queda patente desde el momento en que el alumnado decida publicar información sobre el proyecto.

CONTENIDOS

- I. Comunicación empresarial
 - a. Comunicación, información y comportamiento
 - b. Flujos de comunicación
- II. La comunicación oral
 - a. Principios básicos de la comunicación oral
 - b. Normal de atención y comunicación oral
 - c. La comunicación telefónica
- III. La comunicación escrita
- IV. Reconocimiento de las necesidades de los clientes
 - a. La motivación
 - b. Fases de la atención telefónica y por Internet.
- V. Potenciación de la imagen de la empresa

TEMPORALIZACIÓN

Este proyecto está planificado para el segundo trimestre del curso académico 2014-2015. Se dedicará aproximadamente una hora semanal, preferentemente del módulo “Comunicación empresarial y Atención al Cliente”, en la que se tratarán los siguientes puntos de forma cronológica:

1. Introducción, objetivos y búsqueda individualizada de la información necesaria.
2. Puesta en común de la información recopilada y selección de las fuentes de información más completas. Facilitación por parte del profesorado de otras fuentes de información.
3. Exposición teórica y práctica de las diferentes tácticas de comunicación oral y escrita de cara al público o al cliente.
4. Puesta en común y exposición teórica y práctica de las diferentes estrategias de promoción que se pueden llevar a cabo para publicitar el estudio del ciclo medio de Gestión.

5. Puesta en práctica de dichas estrategias tras su aprobación por parte del profesorado.

MATERIALES Y MEDIOS

Por una parte, el alumnado dispondrá de determinadas herramientas de investigación para llevar a cabo el proyecto. Las aulas de informática les permitirán acceder a Internet para recopilar información. El alumnado también dispondrá de información tanto en la biblioteca del centro como acudiendo al propio profesorado.

Por otra parte, el alumnado podrá acceder también al uso de determinados materiales y medios para llevar a la práctica las ideas que hayan creado. Para la elaboración de trípticos o carteles pueden utilizar el servicio de reprografía. En el caso de que necesiten concertar entrevistas o hablar con antiguo alumnado, el centro también podrá facilitar información de contacto o medios de comunicación como teléfono, programas informáticos como Skype, etc.

El centro además podría facilitar proyectores, materiales artísticos, manuales, etc.

EVALUACIÓN

Criterios de evaluación.

6. Se adquiere una actitud de emprendimiento por parte del alumnado, valorando la cultura emprendedora como fuente de creación de empleo y bienestar social.
7. Se identifica el concepto de innovación y su relación con el progreso de la sociedad y el aumento del bienestar en los individuos.
8. Se identifican las principales ventajas del estudio del grado medio de Gestión.
9. Se identifican las principales ventajas del estudio de ciclos después de la enseñanza obligatoria.
10. Se investigan determinadas experiencias de antiguo alumnado o alumnado en prácticas.
11. Se analizan los diferentes canales de comunicación oral y escrita y su aplicación a la promoción del grado medio de Gestión y Administración.
12. Se aplican estrategias de promoción del ciclo y llevarlas a la práctica en situaciones reales.

Modo de evaluación.

El profesorado realizará una evaluación continua del proyecto a lo largo del segundo trimestre. En este sentido, no se valorará únicamente el producto final del mismo, sino que se valorará progresivamente la implicación y el proceso de aprendizaje del alumnado durante las horas dedicadas al proyecto, mediante su participación y aportación de ideas. Llevar a la práctica las ideas y estrategias planteadas también será evaluado por el profesorado, realizando mejoras o matizando actitudes.

ANEXO XII: ¡MONTA TU EMPRESA!

INTRODUCCIÓN

Este Proyecto se crea con la finalidad de estimular al alumnado al emprendimiento. Para ello vamos a trabajar el bloque de la creación de empresas dentro del módulo profesional; Gestión de la documentación jurídica y empresarial incluyéndolo en su contenido “organización de la documentación jurídica de la constitución y funcionamiento ordinario de la empresa”.

El alumnado realizará un trabajo de investigación que luego será visible dentro y fuera del centro.

OBJETIVOS

- Buscar una actitud de emprendimiento por parte del alumnado.
- Valorar la cultura emprendedora como fuente de creación de empleo y bienestar social.
- Identificar el concepto de innovación y su relación con el progreso de la sociedad y el aumento del bienestar en los individuos.
- Definir una idea de negocio como punto de partida.
- Analizar las diferentes formas jurídicas de la empresa.
- Analizar los trámites exigidos por la legislación vigente para la constitución de una pyme.
- Identificar las vías de asesoramiento y gestión administrativa externas existentes a la hora de poner en marcha una pyme.
- Valores
- Construcción de confianza, trabajo en equipo y espíritu colaborativo.
- Creatividad
- Autoestima
- Responsabilidad
- Tolerancia (saber escuchar otras opiniones)
- Puntualidad (con nuestro trabajo)
- Honestidad (con nosotros mismos)
- Críticas constructivas
- Comunicación

CONTENIDOS

- La idea de negocio.
- Trámites para la constitución de una empresa.
- Trámites para la puesta en marcha.
- La ventanilla única empresarial.
- Proceso telemático para la creación de una empresa.

METODOLOGÍA

El proyecto “¡Monta tu empresa!” se puede interpretar como un programa de aprendizaje emprendedor que busca fomentar la creatividad y la libertad de decisión del alumnado.

El método de trabajo se va a basar en la búsqueda de información por parte del alumnado con el apoyo del profesorado. Los/as alumnos/as tendrán que investigar cómo crear una empresa en función del tipo de empresa del que se trate. Al final de este proyecto el alumnado deberá dar a conocer fuera del centro el trabajo realizado, facilitando así que otras personas conozcan cómo montar su empresa.

El profesorado servirá de guía en este proceso de investigación, explicará los contenidos y facilitará las herramientas necesarias para que el alumnado pueda decidir cómo realizar el trabajo final, siempre dentro de ciertos parámetros de actuación. Por ejemplo, el producto final podrá variar según las ideas del alumnado. De esta manera, se podrían realizar trípticos promocionales, carteles, folletos publicitarios, páginas webs, emails en cadena, uso de redes sociales, blogs virtuales, diarios de aula, etc. El profesorado tratará de guiar al alumnado en este respecto, intentando hacerles investigar y usar su originalidad y creatividad para decidir qué tipo de producto final realizar.

Este proyecto se llevará a cabo en grupos de entre 4 y 5 personas, de forma que en total contemos con unos 4 o 5 grupos, de esta manera se fomenta de forma más fácil el intercambio de ideas y el debate.

TEMPORALIZACIÓN (10 horas)

Este proyecto está planificado para el segundo trimestre del curso académico 2014-2015. Se dedicarán un total de 10 horas del módulo Gestión de la documentación jurídica y empresarial, del siguiente modo:

1. Introducción, objetivos y búsqueda individualizada de la información necesaria.
2. Búsqueda individualizada de información.
3. Puesta común de la información recopilada y selección de las fuentes de información más completas. Facilitación por parte del profesorado de otras fuentes de información.
4. Puesta común de la información recopilada y selección de las fuentes de información más completas. Facilitación por parte del profesorado de otras fuentes de información.
5. Trabajamos la información recopilada.
6. Ideas de cómo vamos a darlo a conocer y acuerdo de qué es lo que vamos a incluir.
7. Realización de la publicación.
8. Realización de la publicación.
9. Realización de la publicación.
10. Damos a conocer a nuestro trabajo.

MATERIALES Y MEDIOS

- Ordenadores (internet y Publisher)
- Libro McGraw Hill “Empresa e iniciativa emprendedora”

EVALUACIÓN

- la Valora la importancia de una actitud de emprendimiento y la cultura emprendedora como fuente de creación de empleo y bienestar social.
- Identifica el concepto de innovación y su relación con el progreso de la sociedad y el aumento del bienestar en los individuos.
- Define una idea de negocio como punto de partida.
- Analiza las diferentes formas jurídicas de la empresa.



- Analiza los trámites exigidos por la legislación vigente para la constitución de una pyme.
- Identifica las vías de asesoramiento y gestión administrativa externas existentes a hora de poner en marcha una pyme.

La evaluación será continua, no se valorará únicamente el producto final del mismo, sino que se valorará progresivamente la implicación y el proceso de aprendizaje del alumnado durante las horas dedicadas al proyecto, mediante su participación y aportación de ideas. Llevar a la práctica las ideas y estrategias planteadas también será evaluado por el profesorado, realizando mejoras o matizando actitudes.

ANEXO XIII: CALENDARIO FISCAL PARA EMPRENDEDORES

INTRODUCCIÓN

Este Proyecto se crea con la finalidad de estimular al alumnado al emprendimiento. Para ello vamos a estudiar qué impuestos tienen que pagar los distintos tipos de empresas con el objetivo de que tengamos un conocimiento general del sistema impositivo que afecta a nuestra empresa. Este proyecto se realizará en el módulo de Proceso integral de la actividad comercial.

OBJETIVOS

- Buscar una actitud de emprendimiento por parte del alumnado.
- Valorar la cultura emprendedora como fuente de creación de empleo y bienestar social.
- Identificar el concepto de innovación y su relación con el progreso de la sociedad y el aumento del bienestar en los individuos.
- Diferenciar el tratamiento fiscal establecido para las diferentes formas jurídicas.
- Definir las obligaciones fiscales de tu futura empresa.
- Diferenciar los tipos de impuestos en el calendario fiscal.
- Identificar las vías de asesoramiento y gestión administrativa externas existentes a la hora de liquidar los diferentes impuestos

CONTENIDOS

- El emprendimiento
- Impuestos que deben pagar los distintos tipos de empresas
- Obligaciones fiscales y calendario fiscal
- Impuesto sobre la renta de las personas físicas
- Impuesto de sociedades
- Impuesto sobre actividades económicas
- Impuesto sobre el valor añadido
- Fuentes de información

VALORES A ALCANZAR

- Construcción de confianza, trabajo en equipo y espíritu colaborativo.
- Creatividad
- Autoestima
- Responsabilidad
- Tolerancia (saber escuchar otras opiniones)
- Puntualidad (con nuestro trabajo)
- Honestidad (con nosotros mismos)
- Críticas constructivas
- Comunicación
- Sencillez

METODOLOGÍA

El proyecto “¡Monta tu empresa!” se puede interpretar como un programa de aprendizaje emprendedor que busca fomentar la creatividad y la libertad de decisión del alumnado.

El método de trabajo se va a basar en la búsqueda de información por parte del alumnado con el apoyo del profesorado. Los/as alumnos/as tendrán que investigar cómo crear una empresa en función del tipo de empresa del que se trate. Al final de este proyecto el alumnado deberá dar a conocer fuera del centro el trabajo realizado, facilitando así que otras personas conozcan cómo montar su empresa.

El profesorado servirá de guía en este proceso de investigación, explicará los contenidos y facilitará las herramientas necesarias para que el alumnado pueda decidir cómo realizar el trabajo final, siempre dentro de ciertos parámetros de actuación. Por ejemplo, el producto final podrá variar según las ideas del alumnado. De esta manera, se podrían realizar trípticos promocionales, carteles, folletos publicitarios, páginas webs, emails en cadena, uso de redes sociales, blogs virtuales, diarios de aula, etc. El profesorado tratará de guiar al alumnado en este respecto, intentando hacerles investigar y usar su originalidad y creatividad para decidir qué tipo de producto final realizar.

Este proyecto se llevará a cabo en grupos de entre 4 y 5 personas, de forma que en total contemos con unos 4 o 5 grupos, de esta manera se fomenta de forma más fácil el intercambio de ideas y el debate.

TEMPORALIZACIÓN

Este proyecto está planificado para el segundo trimestre del curso académico 2014-2015. Se dedicarán un total de 10 horas del módulo Gestión de la documentación jurídica y empresarial, del siguiente modo:

1. Introducción, objetivos y búsqueda individualizada de la información necesaria.
2. Búsqueda individualizada de información.
3. Puesta común de la información recopilada y selección de las fuentes de información más completas. Facilitación por parte del profesorado de otras fuentes de información.
4. Puesta común de la información recopilada y selección de las fuentes de información más completas. Facilitación por parte del profesorado de otras fuentes de información.
5. Trabajamos la información recopilada.
6. Ideas de cómo vamos a darlo a conocer y acuerdo de qué es lo que vamos a incluir.
7. Realización de la publicación.
8. Realización de la publicación.
9. Realización de la publicación.
10. Damos a conocer a nuestro trabajo.

MATERIALES Y MEDIOS

- Ordenadores (internet y Publisher)
- Libro McGraw Hill “Empresa e iniciativa emprendedora”

EVALUACIÓN

- Valora la importancia de una actitud de emprendimiento y la cultura emprendedora como fuente de creación de empleo y bienestar social.
- Identifica el concepto de innovación y su relación con el progreso de la sociedad y el aumento del bienestar en los individuos.
- Diferencia el tratamiento fiscal establecido a las diferentes formas jurídicas.



- Define las obligaciones fiscales de tu futura empresa.
- Diferencia los tipos de impuestos en el calendario fiscal.
- Identifica las vías de asesoramiento y gestión administrativa externas existentes a la hora de liquidar los distintos impuestos.

La evaluación será continua, no se valorará únicamente el producto final del mismo, sino que se valorará progresivamente la implicación y el proceso de aprendizaje del alumnado durante las horas dedicadas al proyecto, mediante su participación y aportación de ideas. Llevar a la práctica las ideas y estrategias planteadas también será evaluado por el profesorado, realizando mejoras o matizando actitudes.

ANEXO XIV: TÉCNICAS DE ESCAPARATISMO

1. JUSTIFICACIÓN (Introducción)

La importancia creciente que adquiere cada vez más el mundo del comercio en nuestra sociedad plantea la necesidad de una formación específica que proporcione a los alumnos y alumnas las pautas necesarias para comprender mejor su funcionamiento como aspecto básico de la realidad actual.

De ahí la importancia de estudiar las técnicas del merchandising, como elemento fundamental que haga despertar en ellos habilidades capaces de llevar el negocio comercial hacia su éxito. De todas ellas nos centraremos en el “escaparate” ya que es el primer elemento que el cliente ve del establecimiento. Es lo primero que llama la atención y atrae las miradas.

Dependiendo de lo que vea en el escaparate tomará la decisión de entrar y consumir (fin último de dicha técnica), o bien, pasar de largo y probar en el siguiente.

El estudio de esta materia permitirá a los alumnos y alumnas adquirir una visión más amplia y detallada de toda esta ciencia del esparatismo. La finalidad es conseguir en el alumnado conciencia de cuál es su importancia, despertar de ellos la creatividad, fomentar la originalidad, estimular la iniciativa y el emprendimiento, permitiendo optimizar y rentabilizar el establecimiento comercial.

Para conseguir todo ello realizamos esta programación como plan de actividades ordenadas y sincronizadas que se estructura del siguiente modo:

2. OBJETIVOS Resultado que se pretende lograr

El logro de una serie de objetivos es la causa principal por la que realizamos esta programación. Ahora bien, esos objetivos deben definirse comenzando por los más generales, y a partir de éstos ir ascendiendo de una forma coherente hacia metas más concretas. Por ello, planteamos los objetivos de la siguiente forma, acorde a como nos marca la ley: unos objetivos generales para cada Etapa, en nuestro caso CF. Grado Medio de Comercio; unos objetivos específicos para cada una de la Áreas y Módulos, en este caso Animación en el Punto de Venta (APV); y, por último, unos objetivos particulares y específicos para cada una de las unidades didácticas, en nuestro caso técnicas de escaparatismo.

Objetivos generales de Comercio:

Objetivos del Módulo Animación en el Punto de Venta: (RD 1655/1994, de 22 de julio, por el que se establece el título de Técnico en Comercio y las correspondientes enseñanzas mínimas).

1. Montar el escaparate previamente definido, transmitiendo la imagen deseada del establecimiento y respetando las normas.

Objetivos específicos:

- a) Diferenciar las distintas composiciones de escaparates.
- b) Utilizar la teoría del color para el diseño del escaparate.
- c) Seleccionar la iluminación más adecuada para el diseño del escaparate.
- d) Conocer las reglas básicas que deben cumplir los escaparates.
- e) Planificar y realizar el montaje.
- f) Conocer la normativa.

3. **CONTENIDOS ¿Qué enseñar?**

A estas tres clases de contenidos hay que incluir otra tipología, se trata de los llamados contenidos transversales, o lo que la Ley de Educación Andaluza (LEA) trata como “educación en valores”, los cuales se encuentran muy arraigados en la cultura de nuestro centro.

Lo que ahora se considera como objeto de aprendizaje, desborda el marco de lo que tradicionalmente se ha entendido por contenidos.

Por eso, junto a los contenidos conceptuales, hay que considerar también como contenidos al conjunto de procedimientos a partir de los cuales se construye el conocimiento (contenidos procedimentales) y el sistema de actitudes, normas y valores por los que se rige la ciencia y la vida en sociedad (contenidos actitudinales). Se considerarán, por tanto, como contenidos los conceptos, los procedimientos y, consecuencia de ellos, las actitudes que se generan en el proceso de enseñanza y aprendizaje.

CONTENIDOS

Conceptuales Procedimentales Actitudinales

1. La composición del escaparate.
 - a. Principios básicos.
 - b. Tipos de composición.
2. El color
 - a. Clasificación de los colores.
 - b. Efectos psicológicos del color.
3. La iluminación
 - a. Tipos de iluminación.
 - b. Elección del tipo de iluminación
4. Reglas de oro
5. El proceso del montaje.

NORMATIVA

1. Tras visitar distintos escaparates de la zona, realización de un análisis de composición, color e iluminación, Así como un comentario sobre qué reglas de oro cumple y cuáles no.
2. Realización del montaje de un escaparate, aplicando los conocimientos y técnicas estudiadas.
3. Confección del resumen y esquema de la UD.
4. Valoración de la importancia que tiene para el negocio el dominar técnicas de merchandising y en especial las de escaparatismo.
5. Interés por conectar lo que tratamos en la unidad con la vida real.

Transversales: Desarrollo sostenible, igualdad entre los sexos y consumo responsable.

4. METODOLIGÍA ;Cómo enseñar?

Diseñaremos un estilo metodológico activo y participativo que favorezca la capacidad del alumnado para que su aprendizaje sea eficiente. Para ello utilizaremos los siguientes medios:

- Exposición oral de contenidos: Es la forma más directa de transmitir los conocimientos. La principal dificultad de este método es conseguir mantener la atención del alumnado. Para ello emplearemos vídeos, contaremos anécdotas, casos reales, fomentaremos la participación del alumnado en la medida de lo posible y evitaremos utilizar este método en una sesión completa, lo intercalaremos con otros como las clases prácticas.
- Clases prácticas: Lo que pretendemos aquí es poner en práctica los conocimientos adquiridos mediante la exposición oral, adquiriendo así el alumnado más protagonismo. De este modo los alumnos y alumnas podrán preguntar dudas y afianzar sus conocimientos.
- Visita al centro de la ciudad de Málaga: Los alumnos/as tendrán una excursión guiada por el profesor/a destinada a visitar los escaparates del centro de la ciudad. Con ello se pretende conseguir que el alumnado sea capaz de poner en práctica, no solo todo el contenido visto sobre la materia hasta el momento, sino además temas transversales y de integración entre los compañeros. Para ello deben llevar una libreta y hacer todas las anotaciones que consideren esenciales para realizar su posterior trabajo.

- Trabajos en grupo: Fomenta que los alumnos/as piensen y razonen por ellos mismos y que aprendan con más autonomía. Nosotros realizaremos a lo largo del trimestre dos:

1. Análisis de escaparates: Tras una visita a los comercios del centro de Málaga, los alumnos/as deben realizar un análisis, interpretación y comentario sobre 5 escaparates. Deben estudiar la composición, el color, tipo de iluminación y que reglas de oro cumplen para cada uno de ellos.

Una vez realizado deben exponerlo en clase al resto de compañeros. Pensamos que la exposición mejora el diálogo, la comunicación, el desarrollo de un espíritu crítico y el respeto por las opiniones ajenas (trabajamos con ello contenidos transversales). Se realizarán en grupo de 2-3 compañeros/as.

2. Montaje de escaparate: Tras haber afianzado ya todos los conocimientos sobre escaparatismo los alumnos/as tendrán la posibilidad y oportunidad de poner en práctica todas sus capacidades adquiridas montando ellos mismos su propio escaparate. Es aquí donde desplegarán su iniciativa pudiendo desarrollar su parte más original y creativa. Para ello la clase se dividirá en cuatro grupos y tendrán diversos materiales (maniqués, telas, accesorios de decoración, expositores, alambres, chinchetas, alfileres, cuelgafácil, vinilos, carteles, pinturas,...) que será facilitado tanto por el centro como por cada alumno/a que lo traiga de casa. Dispondrán de 11 horas para su desarrollo y de la ayuda, asesoramiento y supervisión del profesor/a.

Los recursos utilizados son:

- Libro de texto como manual básico, además de otros ejemplares disponibles en el departamento.
- Fotos (para aumentar la atención en la explicación oral).
- Recortes de prensa y revistas especializadas, con ello hacemos que los alumnos/as comprendan e interpreten lo que leen además de crearles el hábito.
- Proyector para la exposición de su trabajo.
- Internet, muy útil para la búsqueda de información.
- Diversos materiales para el montaje del escaparate: maniqués, telas, accesorios de decoración, expositores, alambres, chinchetas, alfileres, cuelgafácil, vinilos, carteles, pinturas,...).

5. TEMPORALIZACIÓN ¿Cuándo enseñar?

Este proyecto está diseñado para el tercer trimestre del curso académico 2014-2015. Teniendo en cuenta que la asignación horaria es de cinco horas semanales, 44 horas para todo el trimestre, tal como establece la ley, la secuenciación de los contenidos se hará del siguiente modo:

1ª Sesión: Comenzaremos con una actividad de inicio a través de un “torbellino de ideas”. A través de ella introduciremos los contenidos básicos de la unidad de manera participativa, amena y no aburrida. Proyectaremos un mapa conceptual para que los alumnos/as vean donde se sitúa y qué papel juega esta unidad en el conjunto de toda la materia. Seguidamente proyectaremos un mapa conceptual donde se plasmarán a modo de esquema las ideas fundamentales de la unidad.

2ª Sesión – 25ª Sesión: Las dedicamos a la explicación de los contenidos, comenzando cada sesión repasando lo del día anterior. La plantearemos del siguiente modo: media hora de explicación oral y la otra media hora con clases prácticas, con la finalidad de afianzar los conocimientos adquiridos mediante la exposición oral a través de diversos ejercicios.

26ª Sesión: La destinaremos a realizar una excursión. Se trataría de una visita a los comercios del centro de Málaga para que los alumnos y alumnas puedan analizar y aplicar todo lo visto en clase al mundo real. Deben recopilar información y material (fotos) para trabajarla en clase durante las siguientes sesiones.

27ª Sesión – 30ª Sesión: Estas cuatro horas las dedicaremos a realizar el trabajo sobre la visita, es decir, con el material recopilado en ella (información, comentarios, fotos,..) los alumnos/as deben realizar un análisis sobre composición, color empleado, tipo de iluminación y que reglas de oro cumplen para posteriormente comentarlo en clase.

31ª Sesión y 32ª Sesión: Una vez que se ha terminado el trabajo los alumnos/as lo expondrán en clase para el resto de sus compañeros/as.

33ª Sesión- 43ª Sesión: Llegamos a la última parte del trimestre, la más bonita. Llegados a este punto los alumnos/as dispondrán de 11 horas y de infinidad de material para montar ellos mismos sus propios escaparates. Aquí deberán volcar toda su creatividad e imaginación. Como hemos comentado, en todo momento tendrán el asesoramiento y supervisión del profesor/a.

44ª Sesión: La destinaremos a realizar el examen escrito.

*Debemos tener presente que esta distribución es meramente orientativa, es decir, podrán ser levemente modificadas dependiendo del grado de dificultad para asimilar los contenidos que muestre el alumnado. No olvidemos que la programación es flexible.

6. EVALUACIÓN ¿Se han alcanzado los objetivos?

Una vez hecho todo lo planteado hasta el momento, es necesario comprobar si está dando los frutos y resultados esperados, es imprescindible un proceso de evaluación. Este elemento nos permite verificar el grado de cumplimiento de los objetivos propuestos. Se trata, por tanto de una actividad de control.

6.1. Criterios de evaluación

1. Conocer las distintas composiciones del escaparate, así como saber cuál es la más adecuada según la finalidad que se persigue.
2. Saber clasificar los distintos tipos de colores, los efectos psicológicos que provocan y saber aplicar el más adecuado según el tipo de escaparate.
3. Diferenciar los distintos tipos de iluminación, así como saber elegir la más adecuada para cada tipo de escaparate.
4. Saber cuáles son las reglas de oro esenciales para que un escaparate tenga éxito.
5. Saber montar un escaparate conociendo todas sus fases.
6. Dominar y conocer la normativa que regula todo lo referente a los escaparates.

6.2. Secuenciación

Una vez que tenemos los indicadores (criterios) que nos guiarán en el proceso evaluativo, pasamos a fijar el momento de la evaluación. Dependiendo del momento distinguimos:

- Evaluación Inicial: La llevaremos a cabo antes de comenzar con los contenidos. Sirve para conocer los conocimientos previos de los alumnos/as y así saber dónde situar el punto de partida.
- Evaluación continua: Se realiza a lo largo del desarrollo de toda la unidad, recogiendo información constantemente a través de anotaciones en el cuaderno del profesor.
- Evaluación final: Se trata de la prueba final para ver si el alumnado ha conseguido o no los objetivos.

6.3. Instrumentos de evaluación

1. Observación directa: A través del cuaderno del profesor donde realizaremos anotaciones diarias sobre: actitudes, comportamiento en clase, participación, predisposición, interés, implicación, iniciativa,...
2. Entrega de actividades.
3. Montaje de un escaparate.
4. Exposición del trabajo sobre “análisis de los escaparates”
5. Examen escrito.
 - a. 60% Conceptuales
 - b. La ponderación entre los distintos contenidos será la siguiente: 30%
Procedimentales
 - c. 10% Actitudinales

Para superar la materia será necesario obtener una calificación superior a cinco en cada una de las evaluaciones. Los alumnos/as que no superen la prueba tendrán una nueva posibilidad en junio.

ANEXO XV: DÍA DE ANDALUCÍA

El Día de Andalucía se celebra el 28 de febrero y conmemora el día de la celebración del referéndum del año 1980, que dio autonomía plena a la comunidad andaluza.

En nuestro Centro, la festividad del Día de Andalucía va dirigida a todo el alumnado y consiste en preparar actuaciones relacionadas con nuestra Comunidad Autónoma. Es usual que las clases preparen chirigotas sobre sus profesores para aportar fiesta, alegría y diversión a esta actividad.

Es una actividad que potencia la iniciativa, el trabajo en equipo, la imaginación en la elección de la actuación y la representación.

ANEXO XVI: CONCURSO GASTRONÓMICO

El concurso gastronómico es una actividad que se desarrolla dentro de la festividad del Día de Andalucía, para realzar la gastronomía característica de nuestra tierra, la cual es el resultado de una larga tradición que se deja notar en la variedad de sus platos.

Consiste en que cada grupo presente un plato típico andaluz, puede ser un primero, un segundo plato o un postre y será el que les represente, corriendo la elección del mismo a cargo del alumnado. Además, entre todos traerán comida para compartirla con el resto de compañeros.

Es una actividad en equipo, en la que se trabaja el cooperativismo, la toma de decisiones en la elección del plato estrella, la creatividad a la hora de decorar el stand y la innovación.

ANEXO XVII: FESTIVAL DE VILLANCICOS

Cada año se celebra un festival de villancicos en la que interviene toda la comunidad educativa. Los alumnos de cada clase preparan y representan un villancico delante de todo el centro. La elección de la canción navideña y la actuación será elaborada por ellos mismos.

También se potencia el trabajo en equipo, la toma de decisiones en la elección del villancico, la creatividad a la hora de representarlo.

ANEXO XVIII: BIBLIOTECA

Nuestra Biblioteca pretende ser un centro de información, documentación y recursos que da servicio a todos los miembros de nuestra comunidad educativa; organiza de forma centralizada todos los documentos impresos, audiovisuales, digitales y otros recursos para el aprendizaje; es gestionada por profesores y quiere dar respuesta a través de infraestructuras, recursos y servicios de calidad a las necesidades educativas, informativas, culturales, de investigación y recreativas de la comunidad escolar.

Es un servicio dirigido a potenciar la iniciativa, el interés por la lectura, autonomía en la elección del libro.

ANEXO XIX: DÍA DE LA CONSTITUCIÓN

Con motivo del aniversario de la aprobación de la Constitución Española, cada año nuestro Centro programa diversas actividades para dar a conocer a los alumnos la importancia de este acontecimiento.

En este día se organizan exposiciones, conferencias, proyecciones audiovisuales para conmemorar nuestra Carta Magna.

Cada grupo trabaja diferentes artículos de la Constitución Española en clase y luego elegirán algunos de ellos para ponerlos en común con el resto del Colegio. Es una actividad muy bien recibida por los alumnos ya que es una manera de disfrutar y aprender a la vez.

ANEXO XX: RECOGIDA DE ALIMENTOS

De cara a las Navidades en Diciembre y en Enero se realizan recogidas de alimentos para ayudar a las personas más necesitadas. Es importante concienciar a los alumnos sobre la lucha contra el hambre y el despilfarro de alimentos, fomentar la solidaridad y potenciar el voluntariado como medio de transformación social y participación ciudadana.

Esta iniciativa pretende que los alumnos conozcan la realidad del mundo en el que viven, se impliquen socialmente y se sensibilicen sobre la necesidad de actuar para conseguir un mundo más justo.

ANEXO XXI: REDUCIR, RECICLAR, REPARAR Y REUTILIZAR PRODUCTOS

El Centro sigue la regla de las tres R (reducir, reutilizar y reciclar) para concienciar y sensibilizar al alumnado sobre la importancia del reciclaje y la defensa y protección del medio ambiente. Todo ello se basa en el cumplimiento de nuestro sistema de calidad, concretamente en la norma ISO 14001 sobre gestión ambiental.

Conocedores que en la escuela se crea la conciencia de preservar y cuidar el medio ambiente, nuestro centro educativo instruye a toda la comunidad para hacer uso óptimo de los recursos. De este modo, tanto en clases como en los espacios comunes hay papeleras para el reciclaje de papel y tapones. También fuera del centro, concretamente en la Plaza donde estamos ubicados contamos con contenedores para el reciclaje de pilas y cartuchos de impresora.

ANEXO XXII: DÍA DE LA PAZ

En el Día de la Paz, nuestro centro se convierte en instrumento de paz y entendimiento entre personas de distinta formación, raza, cultura y religión. Su objetivo es la educación en y para la tolerancia, la solidaridad, la concordia, el respeto a los Derechos Humanos, la no-violencia y la paz.

La formación para la paz, la cooperación y la solidaridad se ponen de relieve en nuestro Colegio a través de juegos cooperativos y desayuno solidario.

ANEXO XXIII: ACTIVIDADES DEL DACE “RECREAR EL TIEMPO”

Jornada para colaboradores/as del DACE “Recrear el tiempo”. Es una jornada donde surgen iniciativas para llevar a cabo en el centro que luego se materializan o no dependiendo del apoyo que les demos.

ANEXO XXIV: APORTACIONES DEL PROFESORADO

YENI GARCÍA:

***A nivel de Centro:**

1) **Jornada para colaboradores/as del DACE “Recrear el tiempo”.** Es una jornada donde surgen iniciativas para llevar a cabo en el centro que luego se materializan o no dependiendo del apoyo que les demos.

2) **Día de la Constitución, 25 N y 8 M.** Estos son dos días que también se suelen celebrar en el centro y que dan pie a iniciativas por parte de los grupos. A nivel de las asignaturas y módulos, el ir incorporando metodologías como el PBL (resolución de problemas), requiere un mínimo de autoestima y empoderamiento que permite tomar decisiones, tener iniciativas, empatía...por lo que la competencia emprendedora se trabaja.

A nivel de las asignaturas y módulos, el ir incorporando metodologías como el PBL (resolución de problemas), requiere un mínimo de autoestima y empoderamiento que permite tomar decisiones, tener iniciativas, empatía...por lo que la competencia emprendedora se trabaja.

***Dietética:**

El grupo ha participado en una **campaña** denominada “*Actúa con cuidados. Transforma la realidad*”, que se ha materializado en cinco sesiones, en la que, en líneas generales se pretendía visibilizar y valorar los cuidados como imprescindibles para el sostenimiento de la vida y las sociedades, desde una perspectiva de género y de derechos humanos.

Ha sido un trabajo intenso de empoderamiento personal y colectivo para fomentar el compromiso con el mundo desde la perspectiva de los cuidados, y llevar a reflexionar, cuestionar y plantear acciones participativas en la búsqueda de cambios para un Desarrollo Humano Sostenible e Igualitario.

Esta campaña se ha hecho extensible, en torno al 8 de Marzo, al resto del Centro para conseguir, a través de acciones diseñadas por este grupo, que nuestro Centro, se convierta en un Centro de Cuidados.

Las acciones ha consistido en la planificación y ejecución de 4 talleres a 4 grupos, y se centraron en:

- Revisar el reparto de tareas de cuidados entre hombres y mujeres en nuestra vida y nuestro entorno. Fomentar la corresponsabilidad para un justo reparto de tareas reproductivas realizadas en su mayoría por mujeres.
- Aprender a vivir mejor con menos, apostando por un modelo de vida más sencillo y responsable.
- Tomar el control del tiempo, priorizando las actividades que suponen un desarrollo de las personas.
- Transmitir a las personas que nos cuidan en el centro nuestro agradecimiento por esos “trabajos invisibles”.

Responsabilizarnos y participar socialmente, cuidarnos, cuidar a los/as demás y a la Naturaleza, supondrán el primer paso hacia un modelo social basado en el Desarrollo Sostenible.

En todo el desarrollo de las acciones planificadas por el grupo se pudo visibilizar la importancia de la metodología, los diferentes aprendizajes obtenidos en el recorrido y la importancia del proceso más que de los resultados en la movilización juvenil.

Para el emprendimiento social es imprescindible el previo empoderamiento personal, grupal, el análisis crítico de su realidad más cerca y la puesta en marcha de acciones de movilización que les hagan protagonistas de esa posterior transformación global y local.

Ha sido una experiencia muy positiva y un buen modelo para trabajar el emprendimiento social.

***Día de la Paz:**

En torno a la celebración de este día salen propuestas también de emprendimiento social, ya que generalmente se colabora con un proyecto solidario y esto lleva aparejado un procedimiento de información, sensibilización, reflexión, para posteriormente materializarse en pequeñas acciones el mismo Día de la Paz. En este sentido las tutoría de Proyecto integrado de 1º de Bachillerato realizan un trabajo más profundo con el proyecto de Togo : “**Africa tiene nombre de mujer. Hogar de Niamtougou-Togo**”. Desde el curso pasado se está trabajando en el proyecto, y de hecho se han realizado diversas acciones.

(El Hogar “Foyer de Saint Francois d’Assise” situado en Niamtougou, fue inaugurado en 2006, y residen en él 40 chicas entre 11 y 20 años, de procedencia humilde y sobre todo huérfanas. El objetivo de su estancia en el hogar es su escolarización y formación humana y social que les garantice su autonomía e independencia futuras).

La celebración del mismo Día de la Paz, lleva aparejado muchas iniciativas de los cursos.

Todas estas actividades que tienen una implicación social y en las que se colabora con ONGs, movimientos sociales, ciudadanos...son buenos ejemplos de emprendimiento social.

FUENSANTA BERNAL PONCE:

***Economía, Bachillerato:**

Primer curso:

- Confeccionar un programa de visitas para un grupo de alumnos/as de Alemania (Programa Comenius)
- Se les planteará un problema (cercano a ellos) y tendrán que analizar las posibles soluciones

Segundo curso: Creación de una pequeña empresa

***Centro:**

El Banco del Tiempo: un/a alumno/a propone actividades que podría intercambiar con actividades que ofrecen sus compañeros/as. Se trata de un trueque, sólo que en este caso , es un trueque de actividades

ANTONIO TERRÓN BARROSO:

***Comunicación y atención al cliente:** Realización de un trabajo sobre la creación de un producto o servicio y su estrategia de marketing.

Objetivos:

- Aplicar los conocimientos adquiridos sobre marketing y atención al cliente a lo largo del curso.
- Fomentar la creatividad y la iniciativa emprendedora entre el alumnado.
- Acercar a los alumnos al ambiente profesional real del marketing y la atención al cliente.
- Practicar las exposiciones orales en público.
- Fomentar el trabajo en equipo.

Contenidos mínimos del trabajo:

1. Presentación del producto o servicio

- Proceso de creación de la idea (cómo surgió y cómo se ha desarrollado).
- Tipo de producto (bien, servicio, línea de productos,...).
- Necesidades o deseos que se cubren con el producto o la línea de productos.

2. Marketing mix

- **Producto:**
 - Naming: nombre comercial, marca, eslogan, logotipo, etc.
 - Packaging: presentación del producto (envoltorio, formato o formatos, variedades, etc.).
 - Fabricación: costes de fabricación aproximados (inversión inicial, materias primas, recursos humanos, transporte, etc.), lugares de fabricación o prestación.
- **Distribución:**
 - Política de distribución: ¿marca única o línea de productos?, ¿distribución propia o red de distribuidores?, ¿misma política en todos los mercados en los que se opere?
- **Precio:**
 - Política de precios: ¿serán los mismos en todos los mercados en los que se operen o variaran?

- Estimación del precio: en función de los costes estimados y el margen de beneficios esperados.
- **Comunicación:**
 - Política de comunicación: creación de una campaña publicitaria y su correspondiente planificación de medios:
 - ¿Cuáles son los objetivos de la campaña?
 - ¿Quién es vuestro público objetivo? ¿Cómo llegaréis a él?
 - ¿Cuál es vuestro presupuesto? ¿Qué tipo de medios o formatos publicitarios utilizaréis para llegar a vuestro público objetivo?

3. Servicio de atención al cliente

- Organización del servicio de atención al cliente: soportes, personal, servicios prestados, interacción con otros departamentos, etc.

Entrega del trabajo:

El trabajo se realizará en formato power point y se guardará como documento .pdf. Este documento final en formato pdf se enviará por correo electrónico a antonioterronbarroso@gmail.com antes de las 12 de la mañana del día 5 de mayo de 2014.

Presentación en clase:

La presentación en clase no puede superar en ninguno de los casos los 25 minutos de duración así como su duración mínima no puede ser inferior a 20 min. Cada uno de los integrantes del equipo presentará una o varias partes del trabajo. El día y el turno de exposición se determinarán mediante un sorteo público en clase. Ni la fecha ni el turno podrán cambiarse bajo ningún concepto.

Criterios de evaluación:

Serán los siguientes:

- Temporalización de la exposición.
- Comunicación verbal (ortografía, gramática, acentuación, estilo, dicción, etc.)
- Comunicación no verbal (lenguaje corporal, profesionalidad, seriedad, etc.)
- Originalidad y calidad del producto presentado.
- Adecuación al encargo y a las normas contenidos en este documento.

La nota global del trabajo tendrá un peso ponderado del 30% sobre la nota final del trimestre (60% exámenes, 30% trabajo y 10% asistencia y participación).

NACHO ORELLANA RICO

***Primeros Auxilios:**

He propuesto que organicen grupos de 3-4 alumnos/as y que expliquen una unidad didáctica utilizando un recurso innovador. Por ejemplo un grupo para explicar la RCP ha realizado un vídeo casero, otro ha hecho un teatro que simulaba el sangrado nasal de una alumna y sus correspondientes cuidados de primeros auxilios, otros han realizado un desfibrilador casero...

El alumnado está valorando positivamente el trabajo realizado del resto de compañeros y compañeras y piensan que la actividad le está ayudando para adquirir las competencias del módulo.

***Disposición y venta de productos:**

Role-play para simular la atención al público en una oficina de farmacia, dado que es un trabajo que desempeñarán en el futuro.

***Fórmula magistral:**

El alumnado ha hecho un trabajo de búsqueda de fármacos en sus distintas formas farmacéuticas por la oficina de farmacia de su barrio, para luego elaborar un mural con ellas y así aprender las características de cada una de las diferentes formas en que se presentan los medicamentos y que tomen contacto con las farmacias de su entorno.

***Dietoterapia:**

Se ha propuesto un trabajo por parejas y uno de los requisitos era buscar en mínimo 2 fuentes bibliográficas diferentes información y contrastarla. También en este módulo hemos hecho trabajo en el aula de búsqueda de páginas webs relacionados con el mundo de la nutrición y debatir sobre su contenido desde un punto de vista científico, con ello pretendía fomentar la búsqueda de información en internet.

ADRIANA CRESPO RODRÍGUEZ

***A nivel de Centro:**

Concienciación del alumnado sobre la limpieza de la Plaza Pio XII.

SOLEIDAD RODRÍGUEZ RAMOS

***FOL:**

En el módulo de FOL, tanto en 1º Administración y Finanzas como en 1º Gestión Administrativa, se han tratado las diferentes opciones de empleo que tiene los alumnos al finalizar sus estudios de formación profesional.

De entre estas opciones, se ha comentado la posibilidad de crear su propia empresa para trabajar como empresario o profesional. A partir de esta idea se ha explicado el concepto de AUTOEMPLEO, definiéndolo como la creación de tu propio puesto de trabajo, tu propia empresa, siendo tu propio jefe. Se ha comentado que esta situación puede darse como empresario individual o como parte de una sociedad con otros socios.

Asimismo, se ha tratado el proceso de creación de una empresa, explicando los conceptos de:

- Idea de negocio
- Diseño de un plan de negocio
- Elección de la forma jurídica de la empresa
- Ventana única empresarial virtual (www.ventanillaempresairal.org)

Por último, hemos accedido a la web de la Dirección General de la Pyme (<http://servicios.ipyme.org/emprendedores/>) y cumplimentado el cuestionario que permite averiguar las fortalezas y debilidades como emprendedores (motivación, iniciativa y energía personal, perfil psicológico, capacidad de análisis, innovación, creatividad y propensión al riesgo)

A través de la cumplimentación del cuestionario se irá obteniendo una valoración y generando un informe con un análisis completo en PDF, en el que se dará a conocer su perfil de emprendedor.

NURIA ALARCÓN

***AVGE:**

EL EMPRENDIMIENTO EN EL CICLO DE AGENCIAS DE VIAJES Y GESTIÓN DE EVENTOS.

A través de los módulos que imparto en el Ciclo intento inculcarles el espíritu emprendedor con la realización de diferentes prácticas y actividades que favorezcan el desarrollo de esta conducta emprendedora.

EMPRENDIMIENTO EN 1º DE AVGE

En el módulo de Marketing perteneciente al primer curso del Ciclo, se desarrolla una práctica que se va ejecutando paulatinamente a lo largo del curso, consistente en realizar una campaña de marketing de un producto o empresa simulada, con lo que se pretende favorecer la capacidad de planificación ya que la misma se desarrolla paso a paso atendiendo a las diferentes variables que comprenden el citado Plan de Marketing.

En primer lugar se plantea al alumnado la creación de una empresa simulada del sector turístico, cuyas características básicas y logotipo son elegidos por la totalidad del grupo, fomentando de ese modo la iniciativa, creatividad y trabajo en equipo.

La empresa elegida para el curso 2013-2015 ha sido una Agencias de Viajes Mayorista-Minorista especializada en el segmento juventud con un departamento de organización de eventos. El nombre elegido: Eventour Viajes.

En este proceso, se insiste la importancia de la innovación y la diferenciación para aplicarlas a cualquiera de las estrategias del Marketing, para que al finalizar el módulo hayan sido capaces de aplicar la teoría a una práctica bastante creativa. Esta campaña incluye desde el diseño básico de ofertas turísticas, dípticos, hasta la realización de una página web, blog o folleto digital, para adaptar los productos a las nuevas tendencias de distribución y comunicación del mercado, en los que deben aplicar las estrategias de Marketing-Mix integradas en los contenidos de las unidades didácticas.

Adjunto un enlace de algunas de las prácticas realizadas por alumnas del curso para la empresa simulada EVENTOUR.

PAGÍNA WEB: <http://cristijulio94.wix.com/eventour>

BLOG TURÍSTICO: <http://eventourviajes.blogspot.com.es/2014/05/quienes-somos-eventour-viajes-es.html>

EMPRENDIMIENTO EN 2º DE AVGE

En el módulo de Gestión de Producto Turístico, se plantea el desarrollo del contenido con una aplicación práctica a través de la creación y desarrollo de un evento turístico.

En el presente curso (2013/2014), partiendo del módulo de Empresa e iniciativa emprendedora y tras unas sesiones de información sobre emprendimiento y las diferentes opciones de aplicación a la ejecución de eventos turísticos, el grupo decidió realizar un Evento relacionado con el emprendimiento Social, a través de la planificación de un Evento Deportivo con Carácter Benéfico.

En primer lugar, una vez decidido el tipo de evento a realizar, se hace una puesta en común con el pre-programa del mismo, con lo que se desarrolla la creatividad y la planificación de actividades que incluye un cronograma de las mismas. Se incluye una estimación de presupuesto de los recursos necesarios para la ejecución del Evento. Además, se diseña una marca y nombre comercial para el Evento, así como un slogan que recoja los objetivos del mismo.

Una vez esbozado el programa, se dividen las tareas por departamentos, fomentándose la autonomía y proactividad. Se incluyen un estudio de mercado y el contacto real con empresas interesadas en colaborar o patrocinar en la ejecución del evento.

Al mismo tiempo se inicia una campaña informativa con la aplicación de técnicas y estrategias de Marketing para comunicar el evento en cuestión. En la que se incluyen: diseño de cartelera y nota de prensa.

Cada departamento realiza un estudio concreto de los recursos necesarios para la ejecución de su actividad, ajustándose al presupuesto inicial. Se realiza un contacto real con prestatarios o proveedores de servicios. Semanalmente se realiza una puesta en común de los avances de cada departamento y del conjunto de actividades que implican a la totalidad del grupo, para lo cual se establece una secretaría técnica que coordina las mismas, con lo que el fomento del liderazgo y la sujeción de riesgos en la toma de decisiones son unas de las conductas necesarias para llevar a cabo con efectividad el trabajo. Estas fases previas a la realización del evento, dan la oportunidad al alumnado de realizar funciones propias y reales de un organizador de eventos.

El mismo día de la ejecución del evento, se ponen en práctica multitud de valores inherentes en un emprendedor/a, ya que la confianza en uno mismo, la toma de decisiones, trabajo en equipo, habilidades sociales, etc. forman parte de las capacidades necesarias que debe incluir cualquier organizador de eventos y que son necesarias para el correcto desarrollo de la actividad.

Con posterioridad al evento se realiza una fase de control, en la que de manera asertiva se pone de manifiesto, en los casos necesarios, la necesidad de superación con una puesta en común y corrección de errores.

El desarrollo de esta práctica conlleva un trabajo en equipo con la asunción de responsabilidades divididas por departamentos que supone la toma de decisiones, iniciativa y creatividad necesarias para desempeñar adecuadamente sus funciones; y que al mismo tiempo concluya en un resultado global efectivo. En definitiva se intenta que el alumnado encuentre sus propias habilidades que les capaciten para convertir un concepto teórico en un proyecto real, transformando sus ideas en acciones.

PILAR PINILLA NIETO

***Administración y gestión de un pequeño establecimiento comercial:**

- **Autodiagnóstico del emprendedor.** Los alumnos se han hecho un “autodiagnóstico del emprendedor” a través de la herramienta que ofrece la Dirección General de la Pyme en su página web (<http://servicios.ipyme.org/emprendedores/>). Esta actividad consiste en realizar una encuesta que va a determinar si nuestras características personales se corresponden con las que debe tener un emprendedor.

El objetivo es que cada alumno pueda obtener una referencia de qué tipo de emprendedor es. De esta manera se pueden trabajar aspectos como las cualidades que debe reunir un emprendedor o las diferentes tipologías de emprendedor que existen.

- **Reforzar la autoestima.** Actividad entre toda la clase para reforzar la autoestima de los alumnos, cualidad básica de cualquier emprendedor. Los alumnos se colocan en grupo, en círculo con un bolígrafo y un papel cada uno. En la cabecera del papel escribirán su nombre y le pasarán la hoja a la persona que tengan al lado. Cuando reciban la hoja con el nombre de un compañero, escribirán una cualidad positiva del mismo. Una vez que todos hayan escrito en las hojas del resto de compañeros, cada uno cogerá la suya y lo leerá en alto.
- **Análisis de empresas de éxito españolas emprendedoras.** A través del método del caso, se han trabajado empresas españolas, exitosas y emprendedoras que son de reciente creación. Estas compañías son: LLao Llao, El Ganso, Scalpers, Bimba & Lola, Kling, Silbon y Trasluz. La elección de ellas se debe a que han sido creadas por jóvenes empresarios que supieron ver una oportunidad y desarrollaron un modelo de negocio diferente. Tal ha sido el éxito de estas empresas pioneras, que son muchos los competidores que han copiado su idea de negocio.
- **Casos de éxito empresarial.** Se utiliza el método del caso para estudiar empresas líderes de su sector y analizar sus claves de éxito: “know how”, estrategias, su forma de trabajar... Compañías estudiadas: Ikea, Zara, Mercadona...

- **Videos y frases de motivación.** En clase se van a ver vídeos de motivación y superación personal para potenciar en el alumnado el positivismo y el optimismo. Se pretende desarrollar en ellos la autoestima, la asertividad, la capacidad de luchar por las metas...
- **Plan de Empresa.** Se han analizado planes de empresa ya elaborados en la página web de la Dirección General de la Pyme y se ha trabajado varios en clase entre todos.

***Productos y servicios financieros y de seguros y *Operaciones auxiliares de gestión de tesorería:**

- **Internet como fuente de información y consulta.** A lo largo del curso los alumnos indagan continuamente en Internet para obtener información, pero se trabaja mucho para que realicen búsquedas fiables y aprendan a cribar y seleccionar la información más relevante y adecuada. Las páginas webs más consultadas son Banco de España, Banco Central Europeo, Comisión Nacional del Mercado de Valores, diarios y boletines económicos, Bolsa de Madrid, portales de educación financiera y de distintas entidades bancarias y aseguradoras.
- **Juego de la Bolsa “Santa María de los Ángeles”.** Cada alumno realizará un estudio y análisis de las empresas que cotizan en el IBEX-35, escogiendo dos de ellas e invirtiendo 6000 euros en la proporción que el estime en la compra de sus acciones. Durante un mes anotará sus valores de cotización, haciendo un trabajo final sobre los resultados obtenidos en su cartera de inversión, indicando pérdidas y ganancias así como los acontecimientos acaecidos durante ese periodo de tiempo y su repercusión en la evolución de esas empresas.