



Universidad de Oviedo  
*Universidá d'Uviéu*  
*University of Oviedo*

**Facultad de Formación del Profesorado y Educación**

**Máster en Formación del Profesorado de  
Educación Secundaria Obligatoria, Bachillerato y  
Formación Profesional**

**Enfoque Flipped Learning a través de la  
metodología activa de Gamificación en la  
materia de Economía de la Empresa**

**Flipped Learning approach through the active  
methodology of Gamification in the subject of  
Business Economics**

**TRABAJO FIN DE MÁSTER**

Autora: Ángela Torre Uría

Tutor: Pedro Lorca Fernández

Junio, 2021

# ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN .....	4
ABSTRACT .....	4
1. INTRODUCCIÓN .....	5
2. REFLEXIÓN SOBRE LA FORMACIÓN RECIBIDA Y LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES REALIZADAS .....	6
2.1. Descripción del centro .....	6
2.2. Reflexión y análisis sobre el periodo de prácticas .....	7
2.3. Reflexión y análisis sobre las asignaturas del máster .....	11
3. PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA PARA ECONOMÍA DE LA EMPRESA DE 2º DE BACHILLERATO .....	15
3.1. Introducción .....	15
3.2. Justificación .....	15
3.3. Contexto.....	17
3.4. Competencias claves.....	19
3.5. Objetivos.....	21
3.5.1. Objetivos de etapa:.....	22
3.5.2. Objetivos de materia: .....	24
3.6. Contenidos .....	26
3.7. Metodología didáctica.....	45
3.7.1. Metodología aplicable a las sesiones presenciales .....	47
3.7.2. Metodología aplicable a las sesiones semipresenciales .....	48
3.7.3. Metodología aplicable a las sesiones telemáticas .....	48
3.7.4. Actividades.....	48
3.7.5. Materiales y recursos.....	49
3.7.6. Agrupamientos .....	51
3.8. Evaluación .....	52
3.8.1. Relación entre los criterios de evaluación, indicadores y estándares de aprendizaje evaluables.....	54
3.8.2. Los instrumentos de evaluación .....	56
3.8.3. Calificación .....	58
3.9. Atención a la diversidad .....	60
3.9.1. Medidas de atención a la diversidad.....	62
3.9.2. Medidas de atención a la diversidad a nivel de centro .....	63
3.9.3. Medidas de atención a la diversidad a nivel de aula.....	63

3.9.4.	Actividades Complementarias .....	64
3.10.	Evaluación Docente.....	64
3.11.	Planificación de la unidad didáctica 8: El departamento Comercial y de Marketing.....	68
4.	INNOVACIÓN DOCENTE: ENFOQUE FLIPPED LEARNING A TRAVÉS DE LA METODOLOGÍA ACTIVA DE GAMIFICACIÓN EN LA MATERIA DE ECONOMÍA DE LA EMPRESA .....	72
4.1.	Diagnóstico inicial .....	72
4.1.1.	Identificar los ámbitos de mejora .....	72
4.1.2.	Contexto .....	73
4.1.3.	Diagnóstico previo.....	74
4.1.4.	Ámbitos educativos afectados .....	75
4.2.	Justificación y objetivos de la innovación .....	76
4.2.1.	Objetivos.....	76
4.2.2.	Análisis de los objetivos:.....	77
4.3.	Marco teórico de referencia de la innovación.....	78
4.3.1.	El Flipped Learning .....	78
4.3.2.	La Gamificación .....	81
4.3.3.	El Flipped Learning y la Gamificación .....	85
4.4.	Desarrollo de la propuesta de innovación.....	85
4.5.	Plan de actividades.....	89
4.6.	Agentes implicados.....	90
4.7.	Formación, materiales de apoyo y recursos necesarios .....	90
4.8.	Evaluación y seguimiento de la innovación .....	92
4.9.	Síntesis valorativa .....	94
4.10.	Otras aplicaciones .....	95
5.	CONCLUSIONES .....	97
6.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	98
7.	ANEXOS DE LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN .....	101
7.1.	Anexo 1 video explicativo “La segmentación de mercados” .....	101
7.2.	Anexo 2 Padlet “La segmentación en el aula” .....	101
7.3.	Anexo 3 plantilla Buyer Persona .....	101
7.4.	Anexo 4 vídeo brecha de género (INE) .....	102
7.5.	Anexo 5 artículo EOM.....	102
7.6.	Anexo 6 Padlet película “Pago Justo” .....	102

## **RESUMEN**

Con el presente Trabajo Fin de Máster se cierra mi experiencia personal cursando el Máster de Formación del Profesorado de Educación Secundaria, Bachillerato y Formación Profesional de la Universidad de Oviedo. En él se recogen tres apartados principales, acompañados de una introducción, una conclusión y un conjunto de referencias bibliográficas. Los tres apartados principales, reflejan el aprendizaje, las habilidades y competencias adquiridas a lo largo del máster. En un primer lugar, se expresa una reflexión sobre la formación obtenida a raíz de las asignaturas de las que se compone el máster y su aplicación en las prácticas profesionales realizadas. En un segundo lugar, se integra una programación didáctica de elaboración propia para la asignatura de Economía de la Empresa del segundo curso del Bachillerato de Ciencias Sociales. Y, en tercer lugar, se incluye el proyecto de innovación denominado “Enfoque Flipped Learning a través de la metodología activa de Gamificación en la materia de Economía de la Empresa”. Para la elaboración del proyecto se han implementado, en especial, los conocimientos aportados por la asignatura de Enseñanza y Aprendizaje, en la que se aplicaron números metodologías de aprendizaje activo.

## **ABSTRACT**

This Master's thesis concludes my personal experience in the study of the Master's Degree in Teacher Training of Compulsory Secondary Education, Baccalaureate and Vocational Training at the by University of Oviedo. It contains three main sections, each one of them accompanied by an introduction, a conclusion, and a set of bibliographical references. The three main sections reflect the learning, skills and competences acquired throughout the master's degree. Firstly, a reflection is expressed on the training received through master's subjects and its application in the professional practices carried out. Secondly, a didactic schedule of its own elaboration is integrated for the subject of Business Economics in the second year of the Baccalaureate of Social Sciences. Thirdly, it includes the Innovation project called “Flipped Learning approach through the active methodology of Gamification in the subject of Business Economics”. For the development of the project, the knowledge provided by the Teaching and Learning subject has been implemented, in which active learning methodologies were numerically applied.

# 1. INTRODUCCIÓN

La educación es una cuestión fundamental de nuestra sociedad. El cargo de docente implica poseer la responsabilidad de dotar a los jóvenes de habilidades y conocimientos aplicables a la vida cotidiana, y que den lugar a un constante desarrollo del mundo en el que vivimos.

El Máster de Formación del Profesorado en Educación Secundaria Obligatoria, Bachillerato y Formación Profesional ofrecido por la Universidad de Oviedo, tiene la finalidad de componer docentes que sepan educar y liderar al alumnado para conseguir que sean sujetos pensantes, críticos y autónomos.

En este contexto, el Trabajo Fin de Máster refleja todos los conocimientos teórico-prácticos adquiridos a lo largo del máster en el curso 2020-2021.

La estructura del documento, se divide en tres partes fundamentales. La primera parte, es una reflexión sobre la experiencia en el IES de prácticas, así como una exposición de la aplicación de las asignaturas del máster a esta primera toma de contacto con la realidad de un centro educativo.

La segunda parte del trabajo, se compone de una propuesta de programación didáctica de elaboración propia, para el curso de 2º de Bachillerato de Ciencias Sociales de la asignatura de Economía de la Empresa. Esta programación ha sido diseñada desde un enfoque de aplicación de metodologías activas que fomenten la motivación y el rendimiento académico del alumnado.

Finalmente, en la tercera parte, se expone la propuesta de innovación en la que se fundamenta la programación docente. La misma trata sobre combinar dos metodologías activas: Flipped Learning y Gamificación para impartir conocimiento. En concreto, se diseña una aplicación para explicar el concepto de segmentación de mercados de la asignatura de Economía de la Empresa del segundo curso de Bachillerato de Ciencias Sociales. Este tipo de metodologías caracterizan a las materias de una noción más práctica, convirtiendo al alumnado en el protagonista de su proceso de aprendizaje.

## **2. REFLEXIÓN SOBRE LA FORMACIÓN RECIBIDA Y LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES REALIZADAS**

El Máster de Formación del Profesorado de Educación Secundaria Obligatoria, Bachillerato y Formación Profesional pretende formar docentes cualificados para solventar las necesidades actuales de los diferentes alumnos y alumnas que constituyen las aulas. Dicha formación es completa, combinando las nociones teóricas sobre cuestiones pedagógicas y otros aspectos educativos, con una parte práctica que permite desempeñar los conceptos y habilidades docentes en un contexto real, en un centro educativo del Principado de Asturias.

A continuación, describiré mi experiencia durante el Prácticum y la aplicación de la formación recibida a raíz de las asignaturas del máster.

### **2.1. Descripción del centro**

Con la finalidad de contextualizar mi experiencia en el Prácticum, comenzaré describiendo el centro educativo en el que me dieron la oportunidad de formar parte del equipo docente.

Las prácticas que he llevado a cabo durante el Máster de Formación del Profesorado, en la mención de Economía, han tenido lugar en un Instituto de Enseñanza Secundaria público, ubicado en Oviedo y que, por tanto, depende de la Consejería de Educación del Gobierno del Principado de Asturias.

Este centro escolar impartió su primer curso en 1989-1990. En dicho periodo, estaba en vigor la Ley General de Educación (1970), por lo que, en el centro se impartía el Bachillerato Unificado y Polivalente y el Curso de Orientación Universitaria.

Durante los 32 años de funcionamiento del centro, se han sucedido numerosas reformas educativas, pasando por la Ley Orgánica General del Sistema Educativo (1990), la Ley Orgánica de Educación (2006) y la actual Ley Orgánica de Mejora de la Calidad Educativa (2013), que hace que los cursos ofertados en estos momentos sean los cuatro cursos de Educación Secundaria Obligatoria, el Bachillerato de Ciencias y el Bachillerato de Humanidades y Sociales y tres grados de Formación Profesional, dos Ciclos de Grado Medio y un Ciclo de Grado Superior.

En cuanto a las instalaciones del centro, han sufrido modificaciones debido a la crisis sanitaria a la que nos enfrentamos desde la aparición del nuevo virus desconocido

COVID-19. Esto impide que los usuarios del centro puedan disfrutar de ciertos espacios, como es la biblioteca, otras como el salón de actos, han sido modificadas, reubicando el mobiliario para mantener la distancia de seguridad y reduciendo su aforo, siempre con el objetivo de priorizar la salud del alumnado, del equipo docente y del resto de profesionales que acuden al centro.

El edificio principal cuenta con tres plantas, en la planta baja se encuentra la biblioteca, el salón de actos, el despacho de jefatura y dirección, la sala de profesores, secretaría, conserjería y el aula de inmersión lingüística. En el resto de las plantas están las aulas y los departamentos del profesorado correspondiente. Para acceder a estos se debe seguir las indicaciones de seguridad sanitaria de circulación. Por ello, las escaleras centrales se emplean como subida y las laterales como bajada.

En adición, el centro cuenta con un pabellón deportivo y con un laboratorio de tecnología dentro del recinto escolar.

Por lo tanto, el centro asegura unas aulas limpias y un espacio seguro.

Por otra parte, el número de alumnos/as matriculados en el IES en este curso 2020-2021 son 142 en Bachillerato, 376 en la ESO y 115 alumnos/as en Ciclos. Además, el centro cuenta con 67 docentes y 11 profesionales no docentes.

## **2.2. Reflexión y análisis sobre el periodo de prácticas**

La estancia en el centro educativo ha sido una experiencia muy satisfactoria que ha incrementado mis ganas de trabajar como docente. Durante esta oportunidad he podido involucrarme totalmente como un miembro más del centro educativo. En cuanto a las tareas desarrolladas, en especial, he disfrutado mucho de las clases con los dos grupos de segundo de Bachillerato. Las razones principales son que el alumnado me ha integrado en el grupo desde el primer momento, ha mantenido una actitud activa durante el desarrollo de todas mis sesiones lectivas y hemos creado una conexión especial. En adición, la asignatura que he impartido en estos grupos de 2º ha sido la materia de Economía de la Empresa. En esta asignatura me siento especialmente cómoda, puesto que, en mi formación anterior, Grado en Marketing e Investigación de Mercados, trabajé todo el contenido que constituye la materia. Por otra parte, a pesar de que mi conocimiento como docente era escaso, se suplió con todo lo aprendido en el primer cuatrimestre del máster, en el que una carga intensa de trabajo me permitió adquirir los conocimientos necesarios para poder realizar mi trabajo correctamente en el aula. De hecho, intenté

aprovechar el tiempo en el IES y aplicar una serie de metodologías activas aprendidas en la asignatura *Enseñanza y Aprendizaje* del máster. Además, fui consciente de la coherencia de aquello en lo que se hacía hincapié en asignaturas como *Procesos y Contextos Educativos*, que me han dotado de habilidades para saber liderar el grupo-clase.

Lo que más destaco del Prácticum es que me he visto en el papel de profesora y he superado la percepción que tenía sobre mí misma para el desempeño de todas las funciones. Considero que poseo un perfil profesional muy apto para desempeñar este cargo. Mi deseo es volver a formar parte del equipo docente de otro IES.

Para llevar a cabo un análisis más detallado de mi experiencia durante el desarrollo de las prácticas me he apoyado en la obra “Círculo del aprendizaje a través de la experiencia o ciclo de aprendizaje de Kolb” (2018). Según Kolb, a la hora de aprender se ponen en juego cuatro capacidades diferentes:

1. Capacidad de Experiencia Completa (EC): durante la estancia en el IES de prácticas he sido capaz de involucrarme por completo en la vida del centro. He tenido la oportunidad de impartir clase en los grupos de 1º y 2º de Bachillerato de las asignaturas de Economía, Economía de la Empresa y Fundamentos de Administración y Gestión (FAG). Asumir el papel de profesora en estos grupos me ha hecho ver la importancia de la integración del docente como miembro del grupo de clase. Por esta razón me he esforzado en conectar con el alumnado para conocerlos mejor. A pesar de que mi periodo de prácticas se ha limitado a 13 semanas, he conseguido ganarme un hueco en el centro. He interactuado con el resto de docentes de otras especialidades distintas y he tenido la oportunidad de asistir a sus sesiones didácticas como fue el caso de la unidad de baile de la materia de Educación Física. A su vez, el resto de alumnado de otros cursos eran conocedores de mi presencia en el IES y, de hecho, uno de los grupos de 4º de ESO me pidió que les impartiera una clase de Economía, a lo que acepté muy agradecida.
2. Capacidad de Observación Reflexiva (OR): una vez concluida la experiencia puedo asegurar que el aprendizaje adquirido ha sido significativo. Por un lado, me he puesto a prueba como docente consiguiendo ser más competente y desarrollando habilidades para transmitir adecuadamente los conocimientos y para liderar el grupo-clase. Por otro lado, la inmersión en la vida del centro me ha permitido familiarizarme con los documentos del IES, con las funciones, procedimientos y responsabilidades de cada



uno de los miembros que integran la comunidad educativa. Asimismo, he sido conocedora de la diversidad existente en cada una de las aulas del centro. Aparentemente esta cualidad puede dificultar el proceso de enseñanza del docente porque este debe adaptarse a cada una de las situaciones. No obstante, enriquece el proceso de aprendizaje de todos los alumnos y alumnas del aula. Por lo tanto, resulta positivo y forma parte del papel de docente esforzarse por extraer todos los factores positivos del grupo. Por esta razón, en la programación didáctica de elaboración propia, recogida en el presente trabajo, he dedicado un apartado extenso a la “Atención a la Diversidad”, recalando todas las medidas que tendría en cuenta.

3. Capacidad de conceptualización abstracta (CA): la experiencia profesional con el centro educativo me ha brindado todas las herramientas para conseguir definir el perfil de docente que quiero ser. En primer lugar, buscaré siempre implicarme con mi alumnado y con el resto de profesorado del centro para coordinar y construir un conocimiento interdisciplinar. En segundo lugar, conseguiré actualizarme, conocer las innovaciones docentes y aplicarlas en mi aula, apoyándome de material que incremente la motivación y facilite el aprendizaje. Mi objetivo es enfatizar aquel aprendizaje que permita resolver problemas de la vida real e incentivar a los estudiantes para que trabajen la competencia para aprender a aprender (CPAA).
4. Capacidad de Experimentación Activa (EA): en el desarrollo de las sesiones didácticas he percibido los distintos perfiles de alumnado que componen un grupo-clase. Considero que las clases dinámicas e interactivas favorecen la atención y concentración del alumnado y, por tanto, su proceso de aprendizaje. A pesar de que en algún grupo he identificado una actitud más pasiva, eso me ha permitido recurrir a diversas herramientas tecnológicas y analógicas para incrementar su participación como puede ser la aplicación digital *mentimeter* para la elaboración de lluvias de ideas, la herramienta digital *kahoot* o simplemente implementar de forma aleatoria cromos con la imagen, nombre y apellidos del alumnado. Además, he implementado metodologías activas como son el *Flipped Learning*, la *Gamificación* y el *Role Playing*, entre otros. Por lo tanto, en el momento en que tenga la oportunidad de volver a formar parte de un centro educativo y trabaje con un grupo de alumnos y alumnas con actitud pasiva podré recurrir a esta serie de metodologías y elementos aplicados con anterioridad en las prácticas.

Continuando con el análisis de mi práctica docente en el IES, se han tenido en cuenta una serie de dimensiones (Lule, 2003):

- a) *Apoyos, ayudas y ajuste de las actividades y tareas propuestas a los alumnos a lo largo de la enseñanza.* He tenido en cuenta la capacidad y características del alumnado en cada grupo de clase, recurriendo a materiales distintos en función de su personalidad para incentivar su motivación. En alguno de los grupos he explicado un concepto con un simple ejemplo y se ha comprendido perfectamente. No obstante, en otros grupos he explicado el mismo contenido con más de un ejemplo y dedicando más sesiones. En un grupo de 1º de Bachillerato he tenido que apoyarles y animarlos constantemente para resolver las tareas, mientras que en otros más autónomos no fue necesario.
- b) *Contingencia de los recursos e introducción de información nueva.* Los ejemplos a los que hacía alusión en el aula siempre eran protagonizados por algún alumno con el objetivo de llamar su atención. Además, he puesto ejemplos de experiencias propias y de personalidades del mundo de la empresa o en cuestiones relacionadas con la materia.
- c) *Reglas de participación social en la actividad conjunta entre profesor y alumnos.* El alumnado siempre ha podido detener mis explicaciones para conseguir aclaraciones y resolver dudas. He intentado que todos aquellos que he percibido que no entendían algún concepto, salieran del aula comprendiéndolo y en la siguiente sesión me he asegurado de que de verdad lo entendían. En cuanto al tipo de actividades que les planteé durante mi estancia en el IES fueron muy variadas; desde actividades individuales a realizar en el aula o fuera del horario escolar, hasta trabajos en equipo o dinámicas como debates, entre otras.
- d) *Espacios y dispositivos de seguimiento y comprobación de significados compartidos, de obtención de información y de valoración de la actuación de los alumnos.* Durante mis explicaciones, constantemente, he realizado pausas y he pedido a los alumnos y alumnas que con sus propias palabras explicaran a sus compañeros lo aprendido. En el momento que he detectado que necesitaban más tiempo para asimilar el concepto, decidía detenerme y trabajarlo más, en vez de avanzar.
- e) *Factores motivacionales, relacionales y afectivos que se manifiestan.* Los grupos de alumnos y alumnas con los que he podido trabajar siempre han hecho caso de

mis indicaciones. Nuestra relación ha sido muy buena, nunca se ha producido ningún conflicto. Considero que conseguí crear un vínculo con el alumnado, quienes podían consultarme cualquier cuestión sin temor, todas las veces que fuera necesario.

Debo destacar que este aprendizaje ha sido posible gracias a todos los miembros que integraban el centro educativo de prácticas, tanto el alumnado, como el personal docente, sin olvidarse del personal no docente. Y en especial a mi tutor de prácticas que me ha dado libertad en todo momento para implementar dinámicas, materiales y contenido con mi perspectiva personal. Siento una profunda gratitud por concederme esta oportunidad que considero que ha significado un punto y aparte en mi vida. Este periodo de tiempo ha marcado el inicio de partida de la meta que quiero alcanzar: dedicarme al mundo de la enseñanza y convertirme en una docente adecuadamente cualificada.

### **2.3. Reflexión y análisis sobre las asignaturas del máster**

El motivo de que mi experiencia personal y profesional en el aula haya sido de carácter positivo se ha debido, principalmente, a mi formación previa en el máster. Durante mis estudios de grado en Marketing e Investigación de Mercados aprendí los conocimientos esenciales referentes al ámbito económico, pero no educativo. Las herramientas y las habilidades formativas aplicadas en el aula se me brindaron previamente en las asignaturas del posgrado.

El presente máster está constituido por 60 créditos divididos en el Prácticum y en asignaturas repartidas en dos cuatrimestres. El primer cuatrimestre correspondiente a los meses de septiembre y diciembre, oferta las asignaturas de *Complementos a la Formación Disciplinar, Aprendizaje y Desarrollo de la Personalidad, Procesos y Contextos Educativos, Diseño y Desarrollo del Currículum, Sociedad Familia y Educación, y Tecnologías de la Comunicación y la Información*. El segundo cuatrimestre ocupa los meses de enero hasta mayo y, junto con el Prácticum, se cursan las asignaturas de *Aprendizaje y Enseñanza, Innovación docente* y una optativa a seleccionar.

Como he indicado previamente, el conjunto de asignaturas del posgrado aporta una formación necesaria para responder en un contexto educativo real y, por tanto, todas ellas constituyen un apoyo a la hora de desempeñar las prácticas y asumir por primera vez el papel de docente. A continuación, de una forma más detallada, se procede a analizar, desde una perspectiva personal, la aplicación de las asignaturas del máster:

- *Complementos a la Formación Disciplinar:* esta asignatura es específica para cada especialidad. En mi caso, la asignatura estaba fragmentada en tres bloques: Contabilidad, Economía y Economía de la Empresa. Cada uno de estos bloques fue impartido por un profesor distinto. Por un lado, el docente responsable de la parte de contabilidad nos aportó diversas fuentes de carácter digital para explicar de forma visual los conceptos contables en un aula de Secundaria y Bachillerato. Por otro lado, con la profesora del bloque de Economía trabajamos el Currículum recogido en el Boletín del Principado de Asturias (BOPA) y nos familiarizamos con los libros de texto de distintas editoriales, con las que a posteriori nos encontramos en el aula. Finalmente, en el bloque de Economía de la Empresa, la profesora implementó con nosotros diversas herramientas digitales de trabajo colaborativo. Muchos de esos instrumentos pudimos llevarlos a la práctica en el IES. En adición, en el mes de diciembre la profesora de este último bloque, nos propuso la participación en un proyecto diseñado por la fundación Vodafone España denominado “Project Lab”. Puedo concluir que la iniciativa trabaja las competencias claves y, sobre todo, la capacidad de cooperación, por lo que, me resultaría muy interesante volver a participar junto con mis futuros alumnos y alumnas.
- *Aprendizaje y Desarrollo de la Personalidad:* esta asignatura aportó una serie de conocimientos teóricos sobre el desarrollo cognitivo del alumnado a tener en cuenta en el proceso de enseñanza-aprendizaje. En adición, propuso la realización de un trabajo grupal en el que cada grupo debía exponer las medidas necesarias para garantizar el aprendizaje cuando nos encontramos con alumnado con necesidades especiales. Cada equipo de trabajo se centraba en un trastorno de aprendizaje concreto, en mi caso el TDAH, esto me supuso una gran ayuda durante el desarrollo del Prácticum, puesto que, uno de mis alumnos de 1º de Bachillerato está diagnosticado con este trastorno y, por tanto, tuve que adaptar el formato de la prueba escrita que les realicé a sus necesidades.
- *Procesos y Contextos Educativos:* La asignatura estuvo compuesta por 4 bloques. El primer bloque fue muy oportuno para centrar al alumnado en el mundo de la docencia, puesto que, el alumnado del máster procede de especialidades distintas a la propia educación. Considero que es importante que los miembros del sistema educativo sean conocedores de la legislación y de los antecedentes históricos. El segundo bloque, se centró en la convivencia en el aula, aspecto fundamental para el buen desarrollo de las sesiones que propicien el aprendizaje del alumnado. La tutoría y orientación

educativa fue materia del tercer bloque, lo que me resultó muy importante porque desconocía todas las responsabilidades que posee un docente. El último bloque se centró en la atención a la diversidad, aspecto fundamental para conseguir una educación inclusiva. En adición, durante el desarrollo de esta asignatura se tuvo que resolver una serie de casos contextualizados en un centro educativo de aspecto real, que me permitió aprender a analizar un centro, sus integrantes y todos los factores que le repercuten y así, poder resolver la serie de cuestiones que se proponían y emplearlas en el Prácticum.

- *Diseño y Desarrollo del Currículum*: esta asignatura supuso, por primera vez, diseñar una actividad de aplicación en el aula. Para lo cual, cada especialidad trabajó con el Currículum de su materia. Fue el momento de ponernos en el papel del docente y del alumnado al que iba dirigida nuestra propuesta de actividad. Esto me facilitó la tarea de diseñar actividades para el alumnado del IES de prácticas, de hecho, implemente una de las rúbricas elaboradas en la asignatura para valorar una actividad a la que se adaptaba perfectamente.
- *Sociedad Familia y Educación*: la asignatura se compuso por dos bloques impartidos por dos profesoras distintas. En el primero se trabajaron valores como la tolerancia, el respeto, la empatía y la no discriminación. En el centro dónde tuve la oportunidad de desarrollar las prácticas me encontré con alumnado procedente de distintas etnias y condiciones y mi percepción fue que estaban totalmente integrados en el grupo clase y que permitían un enriquecimiento cultural del grupo. El tema de los valores y los derechos humanos se trabajaron mediante debates que me parecieron muy interesantes y en los que participé activamente.

En el segundo bloque se trabajó la relación familias-centro, esto me pareció muy útil, puesto que, debido a la actual crisis sanitaria, apenas he podido percibir la participación de las familias en el centro de prácticas. En adición, una de las actividades propuestas que más me gustó, fue la de representar una tutoría con las familias, no me había planteado con detenimiento nunca como se debe realizar este procedimiento para obtener un buen resultado.

- *Tecnologías de la Comunicación y la Información*: Las TIC deben de formar parte de la vida profesional del docente y, justo esto fue lo que nos aportó la presente asignatura, puesto que, tuvimos que elaborar una caja de herramientas TIC, para explicar el contenido de nuestra especialidad a nuestros respectivos alumnos y

alumnas. Recurrí a varias aplicaciones TIC almacenadas en mi caja de herramientas durante las prácticas, que resultaron muy atractivas para el alumnado.

- *Aprendizaje y Enseñanza*: esta asignatura ha sido la que más me ha aportado a mi formación como docente. La asignatura fue impartida por dos profesores. Por un lado, uno de los docentes nos aportó una serie de conocimientos necesarios para la elaboración de una adecuada programación didáctica, lo que me ha permitido el desarrollo de la elaboración propia de la programación recogida a continuación en el presente documento. Por otra parte, la otra profesora, nos proporcionó una serie de metodologías activas y herramientas digitales de aplicación tanto en las prácticas con unos resultados muy buenos, como en el proyecto de innovación recogido también en el presente trabajo. Esta asignatura me ha servido de inspiración para el diseño de numerosas actividades innovadoras y, a su vez, ha sido el aliciente que me ha animado a continuar formándome en las TICs y otros recursos que pueden mejorar la motivación y el dinamismo de las sesiones de clase.
- *Innovación docente*: el dinamismo de las clases de esta asignatura consistió fundamentalmente en dividirnos por grupos y adjudicarnos un rol a favor o en contra de un caso de interés educativo. Este tipo de metodologías, como es el rol playing y los debates, me ha parecido muy interesante y, por tanto, de aplicación futura. No obstante, me hubiera gustado que hubiéramos llevado a cabo más metodologías innovadoras. He de indicar, que apliqué el rol playing y la dinámica de los debates en muchas de mis sesiones de prácticas.
- *La comunicación social en el aula*: esta fue la optativa que decidí cursar, siendo un acierto, ya que, junto a tres compañeros de mi especialidad, tuvimos que desarrollar una serie de sesiones y actividades en las que implementáramos los medios de comunicación para explicar un contenido del temario al alumnado. El tema era de libre elección y nos decantamos por explicar “La brecha de género en el mercado laboral” mediante noticias periodísticas, recurriendo al cine, consultando el blog de *El Orden Mundial* y mediante vídeos y gráficos del Instituto Nacional de Estadística (INE). A posteriori, desarrollé las sesiones y las actividades con los grupos de 1º de Bachillerato, quienes disfrutaron mucho de estas sesiones diferentes a lo que están acostumbrados.

### **3. PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA PARA ECONOMÍA DE LA EMPRESA DE 2º DE BACHILLERATO**

#### **3.1. Introducción**

La programación didáctica está destinada a la asignatura de Economía de la Empresa, dicha asignatura se imparte en 2º de Bachillerato dentro de la modalidad de Ciencias Sociales y Humanidades. En aspectos generales, esta asignatura estudia y analiza el tejido empresarial, desde un punto de vista interno de la empresa y externo, es decir, teniendo en cuenta su interacción con el resto de agentes económicos.

#### **3.2. Justificación**

La Economía como disciplina científica y educativa permite entender el desarrollo de la vida en torno a unos valores y principios económicos básicos, tanto de una forma individual como social.

Los ciudadanos continuamente toman decisiones de aspectos económicos, gestionan su propia economía familiar, son consumidores de bienes y servicios, contribuyen en la gestión de los bienes públicos, etc. Por tanto, poseer unos adecuados conocimientos económicos favorecerá la estabilidad de una sociedad de bienestar, en la que todos los ciudadanos colaboren y cumplan con sus responsabilidades de forma adecuada y eficiente.

Continuando con la idea anterior, la Economía afecta a los distintos ámbitos de la vida como son: el personal, el familiar, el profesional, el laboral e incluso fomenta el espíritu crítico, con unas buenas bases económicas, el ciudadano podrá analizar las decisiones de nuestros representantes políticos y sus consecuencias.

Por lo tanto, los contenidos económicos cada vez tienen más importancia. Con esta base económica se conseguirá una población solvente e informada, una buena gestión administrativa y, en general, una mejora de la calidad de vida, del progreso y del bienestar social.

El conocimiento económico prepara al estudiante para desempeñar de forma adecuada su futuro puesto de trabajo, lo que repercute en el sistema productivo del País. En concreto, la materia de Economía de la Empresa de Segundo de Bachillerato, dota a los estudiantes de herramientas y nociones para desarrollar sus propios proyectos empresariales con mayores garantías de éxito, lo que facilita que los jóvenes se atrevan a

emprender. El proceso de montar un nuevo negocio supone asumir multitud de riesgos, debido a que existen muchos factores tanto internos como externos a la empresa que pueden influir en el desarrollo de su actividad. Con el objetivo de que el alumnado tenga en cuenta todas estas variables que conforman el contexto empresarial, es importante que el profesorado se organice y planifique las sesiones, para ello la programación didáctica resulta clave. En este sentido, la programación orienta al profesorado en el desarrollo del proceso de Enseñanza-Aprendizaje, evitando que se improvise o que se utilice de forma poco eficiente las sesiones educativas. A su vez, permite adaptar la enseñanza al contexto y al alumnado en cuestión. Y obliga al profesor a reinventarse y mejorar constantemente en su asignatura.

Como justifica el Real Decreto 1105/2014, de 26 de diciembre, por el que se establece el currículo básico de la Educación Secundaria Obligatoria y del Bachillerato, la empresa es un elemento clave para alcanzar el crecimiento económico, la innovación, el empleo y la integración social. Como prioridad, nuestra sociedad debe incitar a que los jóvenes se culturicen y trabajen el pensamiento empresarial, ejerciten y desarrollen la creatividad y el espíritu de innovación, busquen la elaboración de reflexiones personales y la toma de decisiones fundamentadas, así como la identificación del error como fuente de progreso y aprendizaje.

Por otra parte, con el objetivo de que la presente programación didáctica sea adecuada, durante su elaboración se ha consultado la normativa legal y autonómica del Principado de Asturias para la Etapa de Bachillerato. Por lo tanto, la programación se adapta a la legislación curricular recogida en la LOMCE, así como a las circunstancias excepcionales actuales derivadas de la crisis sanitaria:

- Ley orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la Mejora de la Calidad Educativa. (BOE de 10 de diciembre).
- Real Decreto 1105/2014, de 26 de diciembre, por el que se establece el currículo básico de la Educación Secundaria Obligatoria y del Bachillerato. (BOE de 3 de enero 2015).
- Real Decreto 83/1996, de 26 de enero, por el que se aprueba el Reglamento orgánico de los institutos de Educación Secundaria. (BOE de 21 de febrero).
- Orden ECD/65/2015, de 21 de enero, por la que se describen las relaciones entre las competencias, los contenidos y los criterios de evaluación de la Educación Primaria, la Educación Secundaria Obligatoria y el Bachillerato. (BOE de 29 de enero de 2015).



- Real Decreto-Ley 21/2020, de 9 de junio, de medidas urgentes de prevención, contención y coordinación para hacer frente a la crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19. (BOE 10 de junio de 2020).

#### NORMATIVA AUTONÓMICA:

- El Decreto de 42/2015, de 10 de junio (BOPA de 29 de junio de 2015) por el que se regula la ordenación y se establece el currículo del Bachillerato en el Principado de Asturias.
- Resolución de 26 de mayo de 2016, de la Consejería de Educación y Cultura, por la que se regula el proceso de evaluación del aprendizaje del alumnado de bachillerato y se establece el procedimiento para asegurar la evaluación objetiva y los modelos de los documentos oficiales de evaluación.
- Resolución de 17 de septiembre de 2020, de la Consejería de educación, de primera modificación de la Resolución de 30 de julio de 2020, por la que se dispone la reanudación presencial de las clases en el curso escolar 2020-2021 y se aprueban las instrucciones de organización para el inicio de curso, que serán de aplicación hasta el fin de la crisis sanitaria ocasionada por la COVID-19. (BOPA del 18 de septiembre de 2020).

### **3.3. Contexto**

La programación didáctica que se plantea está prevista para la asignatura de Economía de la Empresa, que se imparte durante el 2º curso del Bachillerato de Ciencias Sociales en un Instituto de Educación Secundaria de Oviedo.

La ciudad de Oviedo es la capital del Principado de Asturias. El municipio está formado por 219.910 habitantes (INE, 2020), de ellos el 11% es población extranjera, sobre todo, procedentes de Venezuela y Colombia. En cuanto al sector económico, predomina el comercio, Oviedo posee una notable proyección internacional debido, sobre todo, a los Premios Princesa de Asturias.

En base al análisis acerca del contexto del centro recogido en el Proyecto Educativo del Centro (PEC), se puede afirmar que el IES en cuestión, de forma más concreta, se ubica en el barrio de Pumarín de Oviedo, un barrio periférico y generalmente obrero. En este barrio están censadas 30.000 personas, de las cuales, la mayoría de los jóvenes dedican su tiempo libre a estar en la calle con amigos, puesto que, la zona dispone de múltiples instalaciones, como es el polideportivo, áreas culturales como la biblioteca,

espacios de ocio como son los bares y restaurantes, y numerosos comercios. Por tanto, es un barrio moderno, limpio y bien comunicado, puesto que desde la zona se puede acceder a la red principal de carreteras de Asturias en pocos minutos.

Respecto al Centro, como recoge el PEC, fue creado en 1988 y desde entonces ha estado ligado a consecutivas reformas legislativas, que han influido en su oferta educativa. En la actualidad, el centro imparte los siguientes estudios:

- Enseñanza Secundaria Obligatoria (ESO).
- Bachillerato en las especialidades de Ciencia y Tecnología, Humanidades y Ciencias Sociales.
- Ciclos Formativos de Grado Medio y Superior de Artes Gráficas.

El Centro dispone de varias instalaciones y recursos para el desarrollo de los aprendizajes:

- Un pequeño salón de actos y sala de audiovisuales.
- Un aula de informática.
- Laboratorios de Ciencias, Física y Química.
- Proyector y ordenadores en las aulas.
- Fotocopiadora y multcopista.
- Biblioteca con varios ordenadores disponibles para el alumnado.
- Polideportivo y canchas.
- Talleres de tecnología.
- Aula de música.

Algunos de los programas en los que está inscrito el centro son los siguientes:

- El Plan de convivencia: que busca desarrollar acciones que faciliten la acogida y las relaciones de las personas que integran la comunidad educativa.
- Programa de prevención del abandono escolar.
- Programa de atención a la diversidad.
- Programa bilingüe.
- Programa de préstamo y reutilización de material escolar.

El cuanto, al equipo docente está formado por 67 profesores. En general, el profesorado es de mediana edad, con bastantes años de experiencia en el mundo de la

enseñanza. Además, en el centro, desarrollan su trabajo 11 personas que forman parte del equipo no docente.

En el centro están matriculados en torno a 600 alumnos. Dicho alumnado proviene de familias con un nivel de estudios primario o medio. En cuanto al aspecto socioeconómico, las familias poseen un nivel de renta medio-bajo. Además, este IES es el principal centro de acogida de alumnos inmigrantes, por ello, posee una elevada diversidad cultural, están matriculados alumnos en torno a 25 nacionalidades distintas. La ventaja principal de este contexto es que el alumnado se puede enriquecer de la diversidad de sus compañeros. Sin embargo, supone un reto para el docente, puesto que, tendrá que adaptarse al nivel de aprendizaje de cada uno de sus estudiantes.

En cuanto al grupo-clase al que va dirigido la programación, este consta de 19 alumnos, de los cuales 7 son chicos y 12 son chicas. De este grupo 4 son los estudiantes que están repitiendo curso, 3 chicos y una chica, sin embargo, ninguno tiene pendiente la asignatura de Economía que se imparte en Primero de Bachillerato. En cuanto al alumnado inmigrante, la clase está compuesta por un alumno que procede de Venezuela y 2 alumnas marroquíes, sin embargo, no poseen ninguna dificultad, su nivel de conocimiento económico es el mismo que el de sus compañeros y, además, poseen un buen dominio de la lengua castellana. Por otra parte, cabe destacar que uno de los alumnos posee un Plan de Trabajo Individualizado (PTI), puesto que ha sido diagnosticado con TDAH.

### **3.4. Competencias claves**

En la Orden ECD/65/2015, de 21 de enero, por la que se describen las relaciones entre las competencias, los contenidos y los criterios de evaluación de la educación primaria, la educación secundaria obligatoria y el bachillerato, se recogen aquellas **competencias clave** necesarias para aplicar los contenidos de las distintas asignaturas, con la finalidad de realizar de forma adecuada las actividades y problemas que competen en cada una de las mismas.

A continuación, se hace referencia a cada una de las competencias y la relación de las mismas en el ámbito de la asignatura de Economía de la Empresa:

- a) Comunicación Lingüística (CCL): es el dominio del lenguaje que permita la comunicación, expresión, comprensión e interacción de la información que percibimos.

De tal forma, que podamos construir pensamientos y controlar las emociones y la conducta.

Desde la asignatura de Economía de la Empresa esta competencia se requiere para hacer un correcto uso de la terminología empresarial propia, además de realizar una adecuada expresión e interpretación de los datos de la empresa y, a su vez, una exposición coherente del contenido, empleando un lenguaje inclusivo, sin prejuicios.

b) Competencia Matemática y Competencias básicas en Ciencias y Tecnología (CMCT): por un lado, la competencia matemática es la capacidad de aplicar el razonamiento matemático y sus herramientas para interpretar distintos fenómenos. Por otro lado, las competencias básicas en ciencia y tecnología nos permiten conocer el mundo físico y promueve la conservación del mismo.

Desde la asignatura de Economía de la Empresa se aplica el razonamiento matemático para multitud de cálculos que influirán decisivamente en el éxito o fracaso de la empresa. Calcular la productividad, el umbral de rentabilidad, tasas de crecimiento, entre otras variables es imprescindible. A su vez, ser consciente de los cambios tecnológicos en los procesos productivos y nuevos conceptos como el de “economía circular” pueden suponer una ventaja competitiva frente a los competidores.

c) Competencia Digital (CD): habilidades para trabajar con las TIC. Unas buenas nociones en herramientas digitales nos permiten extraer y tratar información de forma segura, eficiente y creativa. En materia empresarial el acceso a nuevas fuentes de información que faciliten obtener datos en tiempo real resulta clave. En esta asignatura los estudiantes trabajarán la adquisición de información mediante las TIC, detectarán aquella que es relevante y se creará contenido a partir de ella. Para la creación de contenidos se trabajará con diversos programas y aplicaciones.

d) Competencia de Aprender a Aprender (CPAA): Capacidad para tener iniciativa, organizarse y ser constante en el proceso de Aprendizaje-Enseñanza.

La materia contribuye al desarrollo de esta competencia, puesto que, es muy significativo que el estudiante tenga la iniciativa de controlar diversos ámbitos de conocimiento que sean relevantes para la empresa. En adición, con las nociones necesarias para entender los distintos contextos empresariales, el estudiante deberá buscar la rentabilidad y solucionar sus problemas de una forma autónoma y eficiente.

e) Competencias Sociales y Cívicas (CSC): consiste en comprender la acción humana individual y social, pudiendo identificar los problemas sociales en diversos contextos.

En Economía de la Empresa se trabaja en profundidad el conocimiento del entorno, lo que mejora la capacidad para adaptarse a la realidad cambiante en la que vivimos. Con el conocimiento aportado durante su desarrollo, se consigue formar a ciudadanos responsables, con una participación activa en la sociedad, que toleren cualquier diferencia y eviten la discriminación racial y de género.

f) Sentido de Iniciativa y Espíritu Emprendedor (SIEE): Capacidad para convertir nuestras ideas en acciones.

Esta competencia está muy ligada a la asignatura de Economía de la Empresa, puesto que, la propia empresa se inicia con la transformación de una idea en algo material o físico. Por tanto, durante el desarrollo de la misma, se proporcionan distintas claves para poder analizar los agentes del entorno, detectar los riesgos que se deben asumir a la hora de emprender, incita a valorar la innovación y la creatividad en la producción y en la forma de comercialización. Pero, sobre todo, anima al alumnado a percibir que poseer una actitud activa con iniciativa es beneficioso, siendo consciente de que se deben de tomar una serie de decisiones deliberadas detenidamente antes de emprender.

g) Conciencia y Expresiones Culturales (CEC): desarrollo de un espíritu crítico y de una actitud respetuosa y abierta hacia diferentes manifestaciones culturales.

En el mundo de la empresa se pueden detectar diferentes modas que influyen en la oferta y en la demanda. En esta asignatura se inculca la necesidad de innovar y de ser creativos. Se trabaja, entre otras cuestiones, con el desarrollo de logotipos, de campañas publicitarias y con el diseño de productos, dónde se puede hacer alusión al patrimonio cultural de procedencia de los mismos.

### **3.5. Objetivos**

En la Orden ECD/65/2015, de 21 de enero, por la que se describen las relaciones entre las competencias, los contenidos y los criterios de evaluación de la educación primaria, la educación secundaria obligatoria y el bachillerato, dentro de su artículo 4, se indica la relación existente entre las 7 competencias clave y los objetivos de las etapas educativas. Esta relación es necesaria para poder establecer criterios que evalúen las competencias durante cada una de las etapas y, a su vez, diseñar actividades de aprendizaje que permitan adquirir más de una competencia al mismo tiempo.

Teniendo en cuenta la relación anterior y centrándonos en la etapa de Bachillerato se han estructurado los objetivos concretos de la asignatura de Economía de la Empresa. Estos objetivos se han subdividido en: objetivos de etapa, objetivos de materia y objetivos de unidad. Los objetivos específicos de cada unidad didáctica se expresan en la programación de aula.

### **3.5.1. Objetivos de etapa:**

Respecto a los objetivos de etapa, el Real Decreto 1105/2014, de 26 de diciembre, por el que se establece el currículo básico de la Educación Secundaria Obligatoria y de Bachillerato, indica en su artículo 25, que la etapa de Bachillerato debe contribuir a desarrollar en el alumnado ciertas capacidades. En concreto, para la materia de Economía de la Empresa hay ciertos objetivos que son fundamentales:

- Haciendo referencia al *objetivo a* del Real Decreto 1105/2014, el alumnado debe desarrollar una conciencia cívica, respetando los valores de la Constitución española y los derechos humanos. De tal forma, que se trabaja la competencia CSC, consiguiendo ciudadanos sensatos. Además, deben ser conocedores de nuestra Constitución y de los derechos humanos, trabajando la competencia CPAA.
- Respecto al *objetivo b*, se indica que se debe fomentar en los estudiantes una madurez social, con el objetivo de que actúen de forma responsable, autónoma y trabajando su espíritu crítico. Esto está estrechamente ligado con las competencias CSC, que busca formar ciudadanos responsables con una actitud participativa en la sociedad, y SIEE, que dota al alumnado de una serie de herramientas para animarlos a emprender con éxito.
- En el *objetivo c*, se hace hincapié en la necesidad de una igualdad de oportunidades sin discriminación de género. Esto está estrechamente relacionado con la competencia CSC, puesto que, los estudiantes sabrán detectar la brecha de género en los distintos sectores económicos.
- En esta materia tiene relevancia el *objetivo d* que indica que se debe de crear hábito de lectura y estudio, para conseguir un aprendizaje eficaz. Esto está muy relacionado con la competencia de CPAA, puesto promueve el hecho de que alumnado tenga iniciativa para investigar y aprender aquellas disciplinas que le aporten información y le permitan tomar buenas decisiones. Además, la competencia CCL es la habilidad que permite construir pensamientos basándonos en una adecuada interpretación de la información.

- En relación con el *objetivo d* está el *objetivo h*, que busca conocer la realidad del mundo en el que vivimos, teniendo en cuenta sus antecedentes y su evolución. Por tanto, también se cumplen las competencias CPAA y CCL, junto con la competencia de CSC, que busca comprender las acciones de la humanidad, detectando la forma de desarrollo solidario y mejorando el entorno de la sociedad. Y la competencia CEC, que indica que se debe ser conocedor y respetuoso con el patrimonio cultural.
- En Economía de la Empresa es fundamental saber comunicar, por lo que, se trabajará el *objetivo e* del Real Decreto. Al trabajar su expresión escrita y oral en la lengua castellana y en la lengua asturiana, se tiene en cuenta la competencia CCL.
- Siguiendo la idea anterior, el *objetivo f* se tendrá muy en cuenta. Gran parte del vocabulario empresarial recurre constantemente al inglés, por lo que, la correcta expresión en una lengua extranjera será trabajado, volviendo a incurrir en la competencia CCL.
- El *objetivo g* se consigue de forma directa en esta materia, el alumnado debe utilizar con responsabilidad las tecnologías de la información y la comunicación. Existe relación con la competencia CD, que afirma que unas nociones adecuadas en herramientas digitales nos permiten extraer y tratar información de forma adecuada.
- En Economía de la Empresa es fundamental el *objetivo i* que busca controlar los conocimientos científicos y tecnológicos fundamentales. Exactamente lo mismo que indica la competencia CMCT.
- Continuando con la idea anterior, el *objetivo j* comprende los elementos principales de la investigación y de los métodos científicos. Por tanto, es coherente también con la competencia CMCT.
- El *objetivo k* es fundamental, puesto que, busca afianzar el espíritu emprendedor, desarrollando la creatividad, flexibilidad, iniciativa y trabajo en equipo. Por tanto, se tiene en cuenta la competencia SIEE, fomentando la materialización de las ideas. Además, se trabaja la competencia CSC porque deben de comprender el comportamiento de los demás y complementarse, así su grupo de trabajo funcionará mejor.
- El *objetivo l* está estrechamente relacionado con una de las unidades de la asignatura, en el ámbito de marketing, para poder segmentar el mercado y adaptar el producto a las necesidades de la población, se deberá estudiar las características culturales del lugar. Trabajando de esta forma, la competencia CEC.

### 3.5.2. Objetivos de materia:

El Decreto de Currículo de Principado de Asturias para la asignatura de Economía de la Empresa, establece una serie de objetivos que buscan desarrollar las siguientes habilidades en el alumnado:

- Determinar los objetivos y funciones de la empresa. Identificar las características de los tipos de empresas. La obtención de información acerca del tejido empresarial permitirá trabajar la competencia SIEE.
- Explicar las principales estrategias competitivas que una empresa puede adoptar teniendo en cuenta las características del sector en el que opera. Junto con la competencia a la que se hace referencia en el objetivo anterior SIEE, durante el desarrollo de este objetivo en concreto, se puede trabajar la competencia CPAA porque se puede incentivar al alumnado a conocer en profundidad un sector, ya que obtendrá mejores resultados cuanta mayor sea la información de la que disponga.
- Apreciar el papel de las empresas en el contexto actual en cuanto a la satisfacción de las necesidades humanas, la generación de empleo, y su repercusión en el bienestar social como generadoras de valor. Para conseguir formar a estudiantes agradecidos, se trabajará la competencia CSC.
- Tomar conciencia de las externalidades negativas derivadas de la actividad empresarial, destacando el impacto medioambiental, el uso poco aprovechable de los recursos y los efectos sobre la calidad de vida de las personas. Este objetivo está relacionado con la competencia clave CSC, puesto que, si formamos ciudadanos responsables evitarán o reducirán estos costes sociales en sus futuras prácticas empresariales. A su vez, también está ligado a la competencia CPAA, si conseguimos trabajar los aspectos morales, los y las alumnas se esforzarán por conocer las consecuencias de sus acciones. Y a posteriori, si poseen iniciativa y recursos, puede que lo apliquen en sus propios proyectos, teniendo en cuenta entonces, la competencia SIEE.
- Identificar las principales áreas de funcionamiento de la empresa, describiendo las actividades propias de cada una de ellas y reconociendo la interdependencia tanto interna como externa a la empresa. Es decir, se trabaja la competencia SIEE, dotando al alumnado de herramientas de investigación del mercado que le permitan obtener información y tomar decisiones adecuadas. De tal forma, que una mayor garantía de éxito los anime a emprender.



- Analizar el tejido empresarial de su entorno, en especial el asturiano, identificando la distribución por sectores y la dimensión predominante. Esta habilidad está estrechamente ligada con la competencia CEC, el alumnado será conocedor del patrimonio empresarial del entorno donde vive. Además, el hecho de que las empresas objeto de estudio sean cercanas y conocidas por el alumnado, facilita que estos lo visualicen como algo posible y se animen a materializar sus propias ideas, trabajando así la competencia SIEE.
- Apreciar la importancia de la investigación, desarrollo e innovación en la actividad empresarial y su repercusión en los procesos productivos, los bienes y servicios ofrecidos, la competitividad y el bienestar social. Conceptos como innovación, en el mundo digital en el que vivimos, harán que los estudiantes practiquen la competencia CD, aplicando las TIC en el ámbito económico. Con la diversidad de formas de alcanzar el desarrollo, puede que se active la curiosidad del estudiante por aprender nuevas técnicas o nuevos usos de las TIC y trabaje su competencia de CPAA.
- Describir el funcionamiento de las organizaciones, considerando los diferentes grupos de interés, los conflictos que pueden surgir entre ellos y las vías de negociación para resolverlos. Para aprender a negociar se debe trabajar la competencia CCL.
- Promover la igualdad efectiva entre hombres y mujeres, analizando críticamente y desde un punto de vista económico, las situaciones discriminatorias por cualquier causa, teniendo en cuenta los principios de la Constitución y los derechos humanos. Conseguir estudiantes concienciados con los problemas sociales, hace que se trabaje la competencia CSC.
- Identificar las estrategias comerciales que pueden llevar a cabo las empresas en función de los mercados en los que operan o los segmentos a los que dirigen sus productos, elaborando juicios sobre la ética de determinadas actuaciones empresariales y considerando la trascendencia de la orientación social como enfoque mercadotécnico. Ayudar al estudiante a reconocer buenas acciones, respetando la ética empresarial, hará trabajar su competencia CSC. A su vez, para una adecuada segmentación del mercado y adaptación del producto a este, se deberá estudiar la cultura del lugar, trabajando la competencia CEC.
- Conocer y argumentar los principales criterios de selección de inversiones, así como su modo de financiación, considerando los fondos propios y ajenos. De tal

forma que, los estudiantes mejoren su competencia CMCT gestionando los costes y gastos de las empresas.

- Elaborar documentos contables sencillos (balance de situación y cuenta de pérdidas y ganancias) a partir de determinados datos, interpretando la situación económico-financiera de la empresa a través de su análisis y proponiendo medidas en caso de desequilibrio. Trabajando así la competencia CMCT.
- Obtener, analizar y elaborar información relevante sobre el mundo empresarial actual a nivel autonómico, nacional y/o multinacional, considerando los efectos de la internacionalización y la globalización económica sobre sus decisiones y estrategias y utilizando las Tecnologías de la Información y la Comunicación con solvencia y responsabilidad. Para entender los diferentes tejidos empresariales, los y las estudiante deberán ser conocedores de las particularidades de los distintos países, trabajando así las competencias CEC y CPAA. Además, para tratar de forma eficiente la información se trabajará la competencia CD.
- Utilizar las Tecnologías de la Información y la Comunicación y aplicarlas a la actividad empresarial, esto está estrechamente ligado a la competencia CD.

### **3.6. Contenidos**

Los contenidos de la asignatura de Economía de la Empresa de 2º de Bachillerato, están recogidos en el Real Decreto 1105/2014, por el que se establece el currículo básico de la Educación Secundaria Obligatoria y del Bachillerato. Dentro de su artículo 2, en el apartado d, se definen los contenidos como: “conjunto de conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes que contribuyen al logro de los objetivos de cada enseñanza y etapa educativa y a la adquisición de competencias. Los contenidos se ordenan en asignaturas, que se clasifican en materias y ámbitos, en función de las etapas educativas o los programas en que participe el alumnado.”

La presente programación didáctica divide los contenidos en tres tipos:

1. Contenidos mínimos, que se reflejan en el Real Decreto 1105/2014, de 26 de diciembre.
2. Contenidos transversales, también recogidos dentro del Real Decreto 1105/2014, de 26 de diciembre en su artículo 6 y en el Decreto 42/2015, del Principado de Asturias. Estos elementos deberán ser tenidos en cuenta por las Administraciones

educativas y por los respectivos docentes de cada una de las materias de etapa, en el momento de plantear las programaciones didácticas.

Los contenidos transversales que se van a trabajar en la materia de Economía de la Empresa y que contribuyen al cumplimiento de los objetivos de etapa son los siguientes:

a) *Desarrollo de la comprensión lectora, la expresión oral y escrita, la comunicación audiovisual, las Tecnologías de la Información y la Comunicación.* Por ejemplo, en la unidad didáctica 8 orientada al departamento de marketing de la empresa, todos los alumnos y alumnas tendrán la oportunidad de exponer ante sus compañeros, apoyándose en una presentación digital, el análisis de un anuncio de una marca concreta.

b) *Fomentar el desarrollo de la igualdad afectiva entre hombres y mujeres.* Este contenido se trabajará por ejemplo en la unidad didáctica 9 centrada en el departamento de recursos humanos. Los alumnos y alumnas observarán casos reales de entrevistas de trabajo, dónde percibirán las diferencias entre aquellas entrevistas éticamente correctas y aquellas que no lo son. Entendiendo que las cuestiones que se pregunten deben ser las mismas independientemente del género. Es decir, para evitar una brecha de género en el mercado laboral, el sexo no debe de influir en el proceso de reclutamiento de una empresa para un trabajo que pueda realizar tanto un hombre como una mujer.

c) *Desarrollo y afianzamiento del espíritu emprendedor.* En general, este contenido se trabajará a lo largo de toda la materia. Los y las alumnas adquirirán las competencias necesarias para la creación y el desarrollo de distintos modelos de empresa. Trabajando la creatividad explícitamente en la unidad 8 orientada al departamento de marketing, con el diseño de logotipos y slogans. Además, a lo largo de la asignatura se propondrán diversos trabajos en grupo, de tal forma, que se trabajará la aptitud de cooperación, colaboración y trabajo en equipo. Con el fin de reforzar la confianza en uno mismo y el sentido crítico, los estudiantes en la unidad 2 centrada en el entorno de la empresa y la estrategia empresarial, estudiarán y expondrán ante la clase la viabilidad o no viabilidad de una empresa en un mercado concreto y sus razones. Además, de la unidad 10, el emprendimiento, dónde claramente se

fomentará el espíritu emprendedor del alumnado a lo largo de todo su contenido.

3. Contenidos interdisciplinares, en el Real Decreto 1105/2014, por el que se establece el currículo básico de la Educación Secundaria Obligatoria y del Bachillerato, indica que es preciso conseguir una visión interdisciplinar. Y, además, dar al docente la posibilidad de personalizar la educación, satisfaciendo con mayor éxito las necesidades específicas del grupo-clase.

En adición, la orden ECD/65/2015, de 21 de enero, por la que se describen las relaciones entre las competencias, los contenidos y los criterios de evaluación de la educación primaria, la educación secundaria obligatoria y el bachillerato, establece dentro de su artículo 4 que: “la adquisición eficaz de las competencias clave por parte del alumnado y su contribución al logro de los objetivos de las etapas educativas, desde un carácter interdisciplinar y transversal, requiere del diseño de actividades de aprendizaje integradas que permitan avanzar hacia los resultados de aprendizaje de más de una competencia al mismo tiempo.”

La asignatura de Economía de la Empresa está relacionada con otras asignaturas que el alumnado ya ha cursado previamente o está cursando en el respectivo curso. Las materias con las que guarda una mayor relación son las siguientes:

- *Matemáticas*: los conocimientos matemáticos adquiridos por el alumnado tanto en las matemáticas cursadas en la ESO como en Bachillerato, permitirán la resolución de los cálculos y problemas financieros y de gestión de inventarios de la empresa. Además, mediante el aprendizaje de la representación de gráficos, se espera que el alumno/a pueda elaborar gráficos como el del umbral de rentabilidad o punto muerto.
- *Fundamentos de Administración y Gestión de Empresas*: esta materia está estrechamente relacionada con la asignatura de Economía de la Empresa. En concreto, el alumnado aprenderá los mismos conceptos, como pueden ser: el análisis DAFO, la forma jurídica de la empresa, el marketing-mix, la gestión de los recursos humanos, la ética empresarial, etc. Además, el hecho de que esta asignatura optativa se imparta en el mismo curso que Economía de la Empresa, favorecerá la

interiorización de los conceptos y la puesta en práctica de los mismos, gracias a la capacidad de dinamismo que posee esta asignatura.

- *Psicología*: el correcto funcionamiento de la empresa se basa en las buenas decisiones de quiénes la integran. Entender el comportamiento del consumidor de un producto resulta clave para que este pueda satisfacer sus necesidades y tener éxito en el mercado. Por tanto, el estudio del comportamiento humano que se realiza desde la disciplina de la Psicología es muy relevante para la empresa.
- *Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)*: un aspecto fundamental de la empresa es conseguir comunicar a su público objetivo. En el mundo digitalizado en el que vivimos, el canal de comunicación clave es internet. Por tanto, el alumnado aplicará los conocimientos adquiridos cuando cursó la asignatura de TIC.
- *Iniciación a la Actividad Emprendedora y Empresarial (IAEE)*: en esta materia optativa, destinada al emprendimiento, el alumnado desarrollará habilidades que le permitirán afrontar la asignatura de Economía de la Empresa con mayor motivación, debido a que comprenderán mejor su utilidad. Y, además, les permitirá una mejor visualización de los conceptos teóricos.

La siguiente tabla recoge la relación entre contenidos mínimos, criterios de evaluación y estándares de aprendizaje para la asignatura de Economía de la Empresa. Además, de relacionarlos con las competencias clave y objetivos de materia que la Orden ECD/65/2015 señala para la asignatura de Economía de la Empresa y, que han sido señalados previamente a lo largo de la programación.

<b>UNIDAD DIDÁCTICA 1: EL PAPEL DE LA EMPRESA</b>	
<b>BLOQUE 1: LA EMPRESA</b>	
<b>CONTENIDOS</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La empresa y el empresario o la empresaria: concepto y áreas funcionales.</li> <li>2. Clasificación según el tamaño, el sector, la propiedad, ámbito de actuación y forma jurídica; componentes, funciones y objetivos de la empresa.</li> <li>3. Análisis del marco jurídico que regula la actividad empresarial.</li> <li>4. Funcionamiento y creación de valor. La cadena de valor.</li> </ol>	
<b>CRITERIO DE EVALUACIÓN</b>	
<p><b>1.1 Describir e interpretar los diferentes elementos de la empresa, las clases de empresas y sus funciones en la Economía, así como las distintas formas jurídicas que adoptan relacionando con cada una de ellas las responsabilidades legales de sus propietarios y gestores y las exigencias de capital.</b></p> <p>Mediante este criterio se valorará si el alumno o la alumna es capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comprender las funciones de la empresa en una economía de mercado.</li> <li>- Identificar los elementos de la empresa.</li> <li>- Diferenciar los distintos tipos de empresas según varios criterios.</li> <li>- Valorar el tipo de responsabilidad asociado a cada forma jurídica.</li> </ul>	
<b>ESTÁNDARES DE APRENDIZAJE EVALUABLES</b>	<b>COMPETENCIAS CLAVES</b>
1.1.1 Distingue las diferentes formas jurídicas de las empresas y las relaciona con las exigencias de capital y responsabilidades para cada tipo.	CSC y SIEE
1.1.2 Valora las formas jurídicas de empresas más apropiadas en cada caso en función de las características concretas aplicando el razonamiento sobre clasificación de las empresas.	CSC y SIEE
1.1.3 Analiza, para un determinado caso práctico, los distintos criterios de clasificación de empresas: según la naturaleza de la actividad que desarrollan, su dimensión, el nivel tecnológico que alcanzan, el tipo de mercado en el que operan, la fórmula jurídica que adoptan, su carácter público o privado.	CSC y SIEE
<b>OBJETIVOS: a, b, h, k</b>	

<b>EVALUACIÓN</b>	<b>Nº SESIONES</b>
1ºEVALUACIÓN	<b>10</b>

<b>UNIDAD DIDÁCTICA 2: EL ENTORNO DE LA EMPRESA Y LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL</b>
<b>BLOQUE 1: LA EMPRESA</b> <b>BLOQUE 2: DESARROLLO DE LA EMPRESA</b>
<b>CONTENIDOS</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Interrelaciones con el entorno económico y social: concepto y tipos de entorno.</li> <li>2. Valoración de la responsabilidad social y medioambiental de la empresa.</li> <li>3. Localización y dimensión empresarial: factores de localización y dimensión. La dimensión óptima.</li> <li>4. Estrategias de crecimiento interno (especialización y diversificación) y externo (fusión, absorción y participación de sociedades).</li> <li>5. Internacionalización, competencia global y la tecnología.</li> <li>6. Identificación de los aspectos positivos y negativos de la empresa multinacional.</li> </ol>
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>

**2.1. Identificar y analizar los rasgos principales del entorno en el que la empresa desarrolla su actividad y explicar, a partir de ellos, las distintas estrategias y decisiones adoptadas y las posibles implicaciones sociales y medioambientales de su actividad.**

Mediante este criterio se valorará si el alumno o la alumna es capaz de:

- Diferenciar el entorno genérico del específico y los factores que lo integran.
- Comprender el concepto de coste social y sus implicaciones en el entorno.
- Aprender la responsabilidad social corporativa como elemento relevante en el bienestar común.

**2.2. Identificar y analizar las diferentes estrategias de crecimiento y las decisiones tomadas por las empresas, tomando en consideración las características del marco global en el que actúan.**

Mediante este criterio se valorará si el alumno o la alumna es capaz de:

- Describir las posibles estrategias de crecimiento que puede llevar a cabo una empresa.
- Diferenciar el crecimiento interno del externo.
- Identificar los principales factores de localización y dimensión empresarial.
- Comprender las ventajas e inconvenientes de las empresas multinacionales y los efectos de la deslocalización en los países de origen y de destino.
- Aprender la importancia de la I+D+i y el uso de las nuevas tecnologías en la competitividad de la empresa.

<b>ESTÁNDARES DE APRENDIZAJE EVALUABLES</b>		<b>COMPETENCIAS CLAVES</b>
2.1.1	Identifica los diferentes tipos de empresas y empresarios y empresarias que actúan en su entorno, así como la forma de interrelacionar con su ámbito más cercano.	CSC, SIEE y CEE
2.1.2	Analiza la relación empresa, sociedad y medioambiente. Valora los efectos, positivos y negativos, de las actuaciones de las empresas en las esferas social y medioambiental.	CSC y SIEE
2.1.3	Analiza la actividad de las empresas como elemento dinamizador y de progreso y valora su creación de valor para la sociedad y para sus ciudadanos y ciudadanas.	CSC y SIEE
2.2.1	Describe y analiza los diferentes factores que determinan la localización y la dimensión de una empresa, así como valora la trascendencia futura para la empresa de dichas decisiones.	SIEE y CPAA
2.2.2	Valora el crecimiento de la empresa como estrategia competitiva y relaciona las economías de escala con la dimensión óptima de la empresa. Explica y distingue las estrategias de especialización y diversificación.	SIEE y CPAA



2.2.3	Estudia y analiza el impacto de la incorporación de la innovación y de las nuevas tecnologías en la estrategia de la empresa y lo relaciona con la capacidad para competir de forma global.	SIEE, CPAA, CD, CSC
2.2.4	Analiza las estrategias de crecimiento interno y externo a partir de supuestos concretos.	SIEE, CPAA
2.2.5	Describe las características y las estrategias de desarrollo de la empresa multinacional y valora la importancia de la responsabilidad social y medioambiental.	CSC, SIEE, CPAA
<b>OBJETIVOS:</b> a, b, d, j		
<b>EVALUACIÓN</b>		<b>Nº SESIONES</b>
1ºEVALUACIÓN		<b>14</b>

<b>UNIDAD DIDÁCTICA 3: ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE LA EMPRESA</b>
<b>BLOQUE 3: ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE LA EMPRESA</b>
<b>CONTENIDOS</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La división técnica del trabajo y la necesidad de organización en el mercado actual. Diferencias entre el Taylorismo y la Escuela de Relaciones Humanas.</li> <li>2. Funciones básicas de la dirección: planificación, gestión, organización y control.</li> <li>3. Planificación y toma de decisiones estratégicas: planificación táctica y estratégica.</li> <li>4. Diseño y análisis de la estructura de la organización formal e informal: estilos de dirección, concepto de estructura organizativa, departamentico, canales de información y comunicación, organigramas, delegación de la toma de decisiones, organización informal.</li> </ol>
<b>CRITERIO DE EVALUACIÓN</b>
<p><b>3.1. Explicar la planificación, organización y gestión de los recursos de una empresa, valorando las posibles modificaciones a realizar en función del entorno en el que desarrolla su actividad y de los objetivos planteados.</b></p> <p>Mediante este criterio se valorará si el alumno o la alumna es capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer las principales funciones directivas.</li> <li>- Apreciar la relevancia de la división técnica del trabajo para la organización empresarial.</li> <li>- Comprender los distintos estilos de dirección, así como la necesidad de delegar autoridad y toma de decisiones en estructuras complejas.</li> <li>- Identificar los principales instrumentos de organización formal: departamentación y organigramas.</li> <li>- Distinguir entre organización formal e informal de la empresa.</li> </ul>

<b>ESTÁNDARES DE APRENDIZAJE EVALUABLES</b>		<b>COMPETENCIAS CLAVES</b>
3.1.1	Reflexiona y valora sobre la división técnica del trabajo en un contexto global de interdependencia económica. Describe la estructura organizativa, estilo de dirección, canales de información y comunicación, grado de participación en la toma de decisiones y organización informal de la empresa.	SIEE, CEC
3.1.2	Identifica la función de cada una de las áreas de actividad de la empresa: aprovisionamiento, producción y comercialización, inversión y financiación y recursos humanos, y administrativa, así como sus interrelaciones.	CPAA y SIEE
3.1.3	Analiza e investiga sobre la organización existente en las empresas de su entorno más cercano, identificando ventajas e inconvenientes, detectando problemas a solucionar y describiendo propuestas de mejora.	CEE y SIEE
3.1.4	Aplica sus conocimientos a una organización concreta, detectando problemas y proponiendo mejoras.	CPAA, SIEE y CSC
<b>OBJETIVOS: a, b, c, k</b>		
<b>EVALUACIÓN</b>		<b>Nº SESIONES</b>
1ºEVALUACIÓN		<b>12</b>

<b>UNIDAD DIDÁCTICA 4: EL DEPARTAMENTO TÉCNICO Y DE PRODUCCIÓN</b>	
<b>BLOQUE 4: LA FUNCIÓN PRODUCTIVA</b>	
<b>CONTENIDOS</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Proceso productivo, eficiencia y productividad. Cálculo de la productividad del trabajo. Eficiencia técnica y económica.</li> <li>2. La investigación, el desarrollo y la innovación (I+D+i) como elementos clave para el cambio tecnológico y mejora de la competitividad empresarial. Concepto y necesidad de la I+D+i.</li> <li>3. Costes: clasificación y cálculo de los costes en la empresa. Costes fijos y variables.</li> <li>4. Cálculo e interpretación del umbral de rentabilidad de la empresa. Representación gráfica del punto muerto.</li> </ol>	
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	

<p><b>4.1. Analizar diferentes procesos productivos desde la perspectiva de la eficiencia y la productividad, reconociendo la importancia de la I+D+i.</b>  Mediante este criterio se valorará si el alumno o la alumna es capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comprender, calcular e interpretar la productividad del trabajo a partir de supuestos sencillos.</li> <li>- Diferenciar entre eficiencia técnica y económica.</li> <li>- Analizar la importancia de la I+D+i en la eficiencia productiva.</li> </ul> <p><b>4.2. Determinar la estructura de ingresos y costes de una empresa, calculando su beneficio y su umbral de rentabilidad, a partir de un supuesto planteado.</b>  Mediante este criterio se valorará si el alumno o la alumna es capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diferenciar entre costes fijos y variables.</li> <li>- Calcular, interpretar y representar gráficamente el punto muerto o umbral de rentabilidad.</li> </ul>	
<b>ESTÁNDARES DE APRENDIZAJE EVALUABLES</b>	<b>COMPETENCIAS CLAVES</b>
4.1.1 Realiza cálculos de la productividad de distintos factores, interpretando los resultados obtenidos y conoce medios y alternativas de mejora de la productividad en una empresa.	CMCT, SIEE y CPAA
4.1.2 Analiza y valora la relación existente entre la productividad y los salarios de los trabajadores.	CPAA, SIEE y CMCT
4.1.3 Valora la relación entre el control de inventarios y la productividad y eficiencia en una empresa.	CPAA y SIEE
4.1.4 Reflexiona sobre la importancia, para la sociedad y para la empresa, de la investigación y la innovación tecnológica en relación con la competitividad y el crecimiento.	CD, CPAA, SIEE, CSC
4.2.1 Diferencia los ingresos y costes generales de una empresa e identifica su beneficio o pérdida generado a lo largo del ejercicio económico, aplicando razonamientos matemáticos para la interpretación de resultados.	CMCT, SIEE y CAA
4.2.2 Maneja y calcula los distintos tipos de costes, ingresos y beneficios de una empresa y los representa gráficamente.	CPAA, CMCT y SIEE
4.2.3 Reconoce el umbral de ventas necesario para la supervivencia de la empresa.	CMCT, SIEE y CPAA
4.2.4 Analiza los métodos de análisis coste beneficio y análisis coste eficacia como medios de medición y evaluación, de ayuda para la toma de decisiones.	CMCT, SIEE y CPAA
<b>OBJETIVOS: a, i, j</b>	
<b>EVALUACIÓN</b>	<b>Nº SESIONES</b>
2ºEVALUACIÓN	<b>8</b>

<b>UNIDAD DIDÁCTICA 5: EL DEPARTAMENTO DE LOGÍSTICA Y OPERACIONES</b>	
<b>BLOQUE 4: LA FUNCIÓN PRODUCTIVA</b>	
<b>CONTENIDOS</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cálculo e interpretación del umbral de rentabilidad de la empresa. Representación gráfica del punto muerto.</li> <li>2. Los inventarios de la empresa y sus costes. Modelos de gestión de inventarios: concepto, justificación y tipos de inventarios. Supuestos sencillos sobre la aplicación del método FIFO y PMP. Método Wilson, ABC y Just in Time.</li> </ol>	
<b>CRITERIO DE EVALUACIÓN</b>	
<p><b>5.1. Describir los conceptos fundamentales del ciclo de inventario y manejar los modelos de gestión.</b>  Mediante este criterio se valorará si el alumno o la alumna es capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comprender la necesidad de los stocks en la empresa.</li> <li>- Diferenciar los distintos tipos de inventarios según el tipo de existencias y los costes asociados a los mismos.</li> <li>- Conocer los principales modelos de gestión de inventarios.</li> <li>- Aplicar el método FIFO y PMP para la valoración de existencias.</li> </ul>	
<b>ESTÁNDARES DE APRENDIZAJE EVALUABLES</b>	<b>COMPETENCIAS CLAVES</b>
5.1.1 Identifica los costes que genera el almacén y resuelve casos prácticos sobre el ciclo de inventario.	SIEE, CPAA y CMCT
5.1.2 Valora las existencias en almacén mediante diferentes métodos.	CPAA, CMCT, CCL y SIEE
<b>OBJETIVOS: i, j</b>	
<b>EVALUACIÓN</b>	<b>Nº SESIONES</b>
2ºEVALUACIÓN	<b>7</b>

## UNIDAD DIDÁCTICA 6: LA INFORMACIÓN CONTABLE DE LA EMPRESA

### BLOQUE 6: LA INFORMACIÓN DE LA EMPRESA

#### CONTENIDOS

1. Obligaciones contables de la empresa: La obligatoriedad en la llevanza de la contabilidad, libro diario y libro de inventarios y cuentas anuales.
2. La composición del patrimonio y su valoración: concepto y cálculo del patrimonio. Asignación de diferentes elementos patrimoniales a su correspondiente masa (activo, pasivo, neto).
3. Las cuentas anuales y la imagen fiel.
4. Elaboración del balance y la cuenta de pérdidas y ganancias.
5. Análisis e interpretación de la información contable: el fondo de maniobra, la suspensión de pagos y la quiebra. Ratio de liquidez a corto plazo, ratio de endeudamiento y ratio de garantía. Rentabilidad económica y rentabilidad financiera. Apalancamiento de la empresa.
6. La fiscalidad empresarial: concepto y tipos de IVA; cálculo del impuesto de sociedades a partir de la cuenta de pérdidas y ganancias.

#### CRITERIOS DE EVALUACIÓN

##### **6.1. Identificar los datos más relevantes del balance y de la cuenta de pérdidas y ganancias, explicando su significado, diagnosticando la situación a partir de la información obtenida y proponiendo medidas para su mejora.**

Mediante este criterio se valorará si el alumno o la alumna es capaz de:

- Comprender el concepto de patrimonio diferenciando bienes, derecho y obligaciones.
- Reconocer los elementos patrimoniales más representativos identificando la masa patrimonial a la que pertenecen.
- Elaborar balances y cuentas de pérdidas y ganancias a partir de supuestos sencillos.
- Calcular e interpretar el fondo de maniobra y valorar la situación patrimonial y financiera de la empresa proponiendo, en su caso, medidas correctoras.
- Utilizar ratios sencillas para valorar la situación económica y financiera de la empresa.

##### **6.2. Reconocer la importancia del cumplimiento de las obligaciones fiscales y explicar los diferentes impuestos que afectan a las empresas.**

Mediante este criterio se valorará si el alumno o la alumna es capaz de:

- Conocer las principales obligaciones fiscales de la empresa y su influencia en la riqueza nacional.
- Comprender el concepto de IVA e identificar sus distintos tipos impositivos.
- Calcular, a partir de cuentas de pérdidas y ganancias sencillas, el impuesto de sociedades bajo el tipo general.

ESTÁNDARES DE APRENDIZAJE EVALUABLES		COMPETENCIAS CLAVES
6.1.1	Reconoce los diferentes elementos patrimoniales y la función que tienen asignada	CMCT, SIEE y CAA
6.1.2	Identifica y maneja correctamente los bienes, derechos y obligaciones de la empresa en masas patrimoniales.	CPAA y SIEE
6.1.3	Interpreta la correspondencia entre inversiones y su financiación.	CPAA, CMCT y SIEE
6.1.4	Detecta, mediante la utilización de ratios, posibles desajustes en el equilibrio patrimonial, solvencia y apalancamiento de la empresa.	CPAA, SIEE y CMCT
6.1.5	Propone medidas correctoras adecuadas en caso de detectarse desajustes.	CPAA, SIEE y CMCT
6.1.6	Reconoce la importancia del dominio de las operaciones matemáticas y procedimientos propios de las ciencias sociales como herramientas que facilitan la solución de problemas empresariales.	CPAA, SIEE y CMCT
6.1.7	Reconoce la conveniencia de un patrimonio equilibrado.	CMCT, SIEE y CAA
6.1.8	Valora la importancia de la información en la toma de decisiones.	CPAA, SIEE y CCL
6.2.1	Identifica las obligaciones fiscales de las empresas según la actividad señalando el funcionamiento básico de los impuestos y las principales diferencias entre ellos.	CPAA, SIEE y CCL
6.2.2	Valora la aportación que supone la carga impositiva a la riqueza nacional.	CPAA, SIEE, CMCT y CSC
<b>OBJETIVOS: d, g, i</b>		
<b>EVALUACIÓN</b>		<b>Nº SESIONES</b>
2ºEVALUACIÓN		<b>11</b>

<b>UNIDAD DIDÁCTICA 7: EL DEPARTAMENTO FINANCIERO Y DE INVERSIÓN</b>
<b>BLOQUE 7: LA FUNCIÓN FINANCIERA</b>
<b>CONTENIDOS</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estructura económica y financiera de la empresa. Concepto de periodo medio de maduración.</li> <li>2. Concepto y clases de inversión: inversión en activo corriente y no corriente</li> <li>3. Valoración y selección de proyectos de inversión. Plazo de recuperación y valor actual neto.</li> <li>4. Recursos financieros de la empresa. Financiación interna y externa.</li> <li>5. Análisis de fuentes alternativas de financiación interna y externa: autofinanciación, leasing, factoring y renting.</li> </ol>

<b>CRITERIO DE EVALUACIÓN</b>	
<p><b>7.1. Valorar distintos proyectos de inversión, justificando razonadamente la selección de la alternativa más ventajosa, y diferenciar las posibles fuentes de financiación en un determinado supuesto, razonando la elección más adecuada.</b></p> <p>Mediante este criterio se valorará si el alumno o la alumna es capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definir el concepto de inversión e identificar los principales tipos según su materialización en activos corrientes y no corrientes.</li> <li>- Identificar las fuentes de financiación empresarial desde el punto de vista interno y externo y según el plazo de vencimiento, valorando las que más se ajustan a sus necesidades y estructura patrimonial.</li> <li>- Aplicar distintos métodos para la selección de inversiones.</li> <li>- Reconocer el coste asociado a las fuentes de financiación externa.</li> <li>- Identificar fuentes alternativas de financiación empresarial.</li> <li>- Seleccionar fuentes de financiación empleando conocimientos tecnológicos.</li> </ul>	
<b>ESTÁNDARES DE APRENDIZAJE EVALUABLES</b>	<b>COMPETENCIAS CLAVES</b>
7.1.1 Conoce y enumera los métodos estáticos (plazo de recuperación) y dinámicos (criterio del valor actual neto) para seleccionar y valorar inversiones.	CMCT, SIEE y CPAA
7.1.2 Explica las posibilidades de financiación de las empresas diferenciando la financiación externa e interna, a corto y a largo plazo, así como el coste de cada una y las implicaciones en la marcha de la empresa.	CMCT, CPAA y SIEE
7.1.3 Analiza en un supuesto concreto de financiación externa las distintas opciones posibles, sus costes y variantes de amortización.	CMCT, CPAA y SIEE
7.1.4 Analiza y evalúa, a partir de una necesidad concreta, las distintas posibilidades que tienen las empresas de recurrir al mercado financiero.	CMCT, CPAA y SIEE
7.1.5 Valora las fuentes de financiación de la empresa, tanto externas como internas.	CPAA, SIEE
7.1.6 Analiza y expresa las opciones financieras que mejor se adaptan a un caso concreto de necesidad financiera	CMCT, CPAA y SIEE
7.1.7 Aplica los conocimientos tecnológicos al análisis y resolución de supuestos.	CMCT, CPAA, SIEE y CD
<b>OBJETIVOS: d, j, i</b>	
<b>EVALUACIÓN</b>	<b>Nº SESIONES</b>
2ºEVALUACIÓN	<b>10</b>

**UNIDAD DIDÁCTICA 8: EL DEPARTAMENTO COMERCIAL Y DE MARKETING****BLOQUE 5: LA FUNCIÓN COMERCIAL DE LA EMPRESA****CONTENIDOS**

1. Concepto y clases de mercado según el número de oferentes; mercados industriales y de consumo.
2. Técnicas de investigación de mercados: concepto, fases y técnicas de recogida de datos.
3. Análisis del consumidor y segmentación de mercados
4. Variables del marketing-mix y elaboración de estrategias.
5. Estrategias de marketing y ética empresarial
6. Aplicación al marketing de las tecnologías más avanzadas: marketing digital.

**CRITERIO DE EVALUACIÓN****8.1. Analizar las características del mercado y explicar, de acuerdo con ellas, las políticas de marketing aplicadas por una empresa ante diferentes situaciones y objetivos.**

Mediante este criterio se valorará si el alumno o la alumna es capaz de:

- Conocer las diferentes fases y técnicas inherentes a la investigación de mercados.
- Identificar distintos tipos de mercado en función del número de oferentes y de su naturaleza industrial o de consumo.
- Explicar las diferentes variables de marketing-mix y las estrategias aplicables con cada una de ellas considerando las características del mercado.
- Valorar el marketing desde un punto de vista ético reconociendo asimismo la importancia de la tecnología en las nuevas estrategias de marketing empresarial

**ESTÁNDARES DE APRENDIZAJE EVALUABLES****COMPETENCIAS CLAVES**

8.1.1	Caracteriza un mercado en función de diferentes variables, como, por ejemplo, el número de competidores y el producto vendido.	SIEE, CPAA, CCL
8.1.2	Identifica, y adapta a cada caso concreto, las diferentes estrategias y enfoques de marketing	CPAA y SIEE
8.1.3	Interpreta y valora estrategias de marketing, incorporando en esa valoración consideraciones de carácter ético, social y ambiental.	CPAA, CSC y SIEE
8.1.4	Comprende y explica las diferentes fases y etapas de la investigación de mercados.	CCL, SIEE
8.1.5	Aplica criterios y estrategias de segmentación de mercados en distintos casos prácticos.	SIEE, CCL
8.1.6	Analiza y valora las oportunidades de innovación y transformación con el desarrollo de la tecnología más actual aplicada al marketing.	CPAA, SIEE y CD



<b>OBJETIVOS: e, f, g, l</b>	
<b>EVALUACIÓN</b>	<b>Nº SESIONES</b>
3ºEVALUACIÓN	<b>15</b>

<b>UNIDAD DIDÁCTICA 9: EL DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS</b>	
<b>BLOQUE 3: ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE LA EMPRESA</b>	
<b>CONTENIDOS</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La gestión de los recursos humanos y su incidencia en la motivación (reclutamiento y selección de recursos humanos). Principales teorías de la motivación (Maslow y Herzberg). Factores de motivación.</li> <li>2. Los conflictos de intereses y sus vías de negociación.</li> </ol>	
<b>CRITERIO DE EVALUACIÓN</b>	
<p><b>9.1. Explicar la planificación, organización y gestión de los recursos de una empresa, valorando las posibles modificaciones a realizar en función del entorno en el que desarrolla su actividad y de los objetivos planteados.</b></p> <p>Mediante este criterio se valorará si el alumno o la alumna es capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Analizar los factores de motivación usados por las empresas.</li> <li>- Conocer los principales métodos de reclutamiento y selección de personal.</li> </ul>	
<b>ESTÁNDARES DE APRENDIZAJE EVALUABLES</b>	<b>COMPETENCIAS CLAVES</b>
9.1.1 Valora la importancia de los recursos humanos en una empresa y analiza diferentes maneras de abordar su gestión y su relación con la motivación y la productividad.	SIEE, CPAA, CSC, CMCT
<b>OBJETIVOS: c, a, b</b>	
<b>EVALUACIÓN</b>	<b>Nº SESIONES</b>
3ºEVALUACIÓN	<b>15</b>

<b>UNIDAD DIDÁCTICA 10: EL EMPRENDIMIENTO</b>	
<b>BLOQUE 2: DESARROLLO DE LA EMPRESA</b>	
<b>CONTENIDO</b>	
1. Consideración de la importancia de las pequeñas y medianas empresas y sus estrategias de mercado.	
<b>CRITERIO DE EVALUACIÓN</b>	
<b>10.1. Identificar y analizar las diferentes estrategias de crecimiento y las decisiones tomadas por las empresas, tomando en consideración las características del marco global en el que actúan.</b>	
Mediante este criterio se valorará si el alumno o la alumna es capaz de: - Valorar la trascendencia empresarial y social de las pymes.	
<b>ESTÁNDARES DE APRENDIZAJE EVALUABLES</b>	<b>COMPETENCIAS CLAVES</b>
10.1.1 Examina el papel de las pequeñas y medianas empresas en nuestro país y valora sus estrategias y formas de actuar, así como sus ventajas e inconvenientes.	SIEE, CPAA, CSC y CCEC
<b>OBJETIVOS: a, b, c, k, l</b>	
<b>EVALUACIÓN</b>	<b>Nº SESIONES</b>
3ºEVALUACIÓN	<b>14</b>

En esta tabla se muestran las unidades didácticas con sus respectivos epígrafes. Para la elaboración de los mismos se ha seguido la estructura de los contenidos mínimos recogidos en el Real Decreto 1105/2014, de 26 de diciembre. En adición, se han introducido contenidos de elaboración propia del profesor, estos han quedado diferenciados mediante letra cursiva.

<b>UNIDAD DIDÁCTICA</b>	<b>EPÍGRAFES</b>
Unidad didáctica 1: El papel de la Empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La figura de la empresa y del empresario</li> <li>- La clasificación de las empresas</li> <li>- Tipos de empresas según la forma jurídica</li> <li>- <i>Los objetivos, componentes y funciones de la empresa</i></li> <li>- La cadena de valor de la empresa</li> </ul>

Unidad didáctica 2: El entorno de la empresa y la estrategia empresarial	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El entorno de la Empresa</li> <li>- <i>El análisis DAFO</i></li> <li>- La dimensión óptima de la Empresa</li> <li>- El crecimiento externo empresarial. La globalización.</li> <li>- Ventajas e inconvenientes de las multinacionales.</li> <li>- La responsabilidad social y medioambiental de la empresa</li> </ul>
Unidad didáctica 3: Organización y Dirección de la Empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La dirección de la empresa</li> <li>- La función de planificación</li> <li>- La función de organización</li> <li>- La función de control</li> <li>- El proceso de toma de decisiones estratégicas</li> <li>- La organización formal e informal</li> <li>- El organigrama</li> </ul>
Unidad didáctica 4: El departamento Técnico y de Producción	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El proceso productivo</li> <li>- La productividad y la eficiencia</li> <li>- La importancia de la innovación tecnológica (I+D+i)</li> <li>- Los costes de producción</li> <li>- <i>Los ingresos y beneficios de la producción</i></li> <li>- El umbral de rentabilidad o punto muerto</li> </ul>
Unidad didáctica 5: El departamento de Logística y Operaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El inventario de la Empresa</li> <li>- <i>Clasificación de las existencias</i></li> <li>- Modelos de gestión de inventarios</li> <li>- La valoración de las existencias</li> </ul>
Unidad didáctica 6: La información contable de la Empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La contabilidad como la fuente de información de la Empresa</li> <li>- El patrimonio empresarial</li> <li>- Las cuentas anuales de la Empresa</li> <li>- La cuenta de pérdidas y ganancias</li> <li>- El balance de situación</li> <li>- Interpretación de la información contable</li> <li>- Los impuestos que pagan las empresas</li> </ul>

Unidad didáctica 7: El departamento Financiero y de Inversión	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La financiación de la Empresa</li> <li>- Las fuentes de financiación y su clasificación</li> <li>- Valoración y selección de las fuentes de financiación</li> <li>- Las decisiones de inversión</li> <li>- <i>Criterio de selección de inversiones: El VAN</i></li> <li>- <i>La Tasa Interna de Rentabilidad (TIR)</i></li> </ul>
Unidad didáctica 8: El departamento Comercial y de Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La actividad comercial</li> <li>- El mercado</li> <li>- La investigación del mercado</li> <li>- Análisis del consumidor y la segmentación de mercado</li> <li>- El marketing mix</li> <li>- Estrategias de marketing</li> <li>- La ética empresarial</li> <li>- El marketing y el uso de las TIC</li> <li>- <i>Análisis de la campaña de marketing de la Central Lechera Asturiana</i></li> </ul>
Unidad didáctica 9: El departamento de Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Las funciones de la dirección de recursos humanos</li> <li>- <i>Reclutamiento, selección y formación del personal</i></li> <li>- La motivación del capital humano</li> <li>- <i>La comunicación de la empresa</i></li> <li>- <i>El liderazgo</i></li> <li>- <i>La brecha de género en el mercado laboral</i></li> <li>- Los conflictos de intereses y las vías de negociación</li> </ul>
Unidad didáctica 10: El emprendimiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>¿Qué es emprender?</i></li> <li>- <i>¿Cómo emprender?</i></li> <li>- <i>La viabilidad de la idea de negocio</i></li> <li>- La importancia de las pequeñas y medianas empresas</li> <li>- <i>Estrategias de las PYMES</i></li> <li>- <i>Situación de las PYMES en el Principado de Asturias</i></li> </ul>

### 3.7. Metodología didáctica

La metodología didáctica está recogida en el Real Decreto 1105/2014, de 26 de diciembre, por el que se establece el currículo básico de la Educación Secundaria Obligatoria y del Bachillerato. En su artículo 2, apartado g, se define la metodología didáctica como: “conjunto de estrategias, procedimientos y acciones organizadas y planificadas por el profesorado, de manera consciente y reflexiva, con la finalidad de posibilitar el aprendizaje del alumnado y el logro de los objetivos planteados.”

La Ley Orgánica para la Mejora de la Calidad Educativa (LOMCE), establece en su artículo 26, un conjunto de principios pedagógicos que se deben de tener en cuenta en un aula de Bachillerato. De tal forma, que la metodología didáctica empleada en el desarrollo de los cursos de Bachillerato, deberá propiciar que los alumnos y alumnas adquieran una formación, una madurez intelectual y humana, y unos conocimientos y habilidades mediante las cuales desarrollar funciones sociales e incorporarse a la vida activa de una forma responsable.

Las actividades seleccionadas para Bachillerato, serán aquellas que incrementarán las capacidades de los alumnos y alumnas para aprender por sí mismos, para trabajar en equipo y para aplicar los métodos de investigación adecuados a cada situación. Además, estas actividades estimularán su interés y hábito de lectura y su capacidad de expresarse en público.

Durante la organización de los cursos de Bachillerato, se prestará especial atención al alumnado con necesidades de apoyo educativo. Por tanto, la metodología didáctica se adaptará a las diferentes necesidades y ritmos de aprendizaje.

La Orden ECD/65/2015, de 21 de enero, por la que se describen las relaciones entre las competencias, los contenidos y los criterios de evaluación de la educación primaria, la educación secundaria obligatoria y el bachillerato, establece en su anexo II, una serie de orientaciones para facilitar el desarrollo de las estrategias metodológicas. Con el fin de que se trabajen las competencias en el aula, uno de los elementos clave será conseguir y mantener la motivación para aprender de los alumnos y alumnas, haciendo más protagonista del proceso de aprendizaje al propio alumno/a. Además, otro elemento será conseguir que el alumno perciba la utilidad de lo aprendido y, que desarrolle la capacidad de emplearlo en distintos contextos dentro y fuera del aula.

De tal forma, que para trabajar estos elementos será necesario aplicar metodologías activas y contextualizadas, que incrementen la participación del alumnado y el dinamismo de las sesiones. Recurriendo a multitud de materiales reales y actualizados.

Las metodologías activas se apoyarán en el aprendizaje cooperativo, aquel en el que los compañeros resuelvan de forma conjunta los problemas. Se incrementará la interacción de todos los miembros del grupo-clase entre sí, consiguiendo que todo el alumnado este integrado y sea más empático y solidario.

El trabajo por proyectos ayudará a los estudiantes a trabajar su espíritu crítico, a reflexionar, extraer y filtrar la información. Siguiendo esta línea de aprendizaje, recurrir a un portafolio es relevante para evaluar y comparar los resultados de aprendizaje. El alumnado podrá ver cómo ha mejorado, lo que incrementará su motivación.

Durante la elección de los materiales se tendrá cuenta la actualidad del mundo digital en el que vivimos. Los recursos integrarán las TIC en el proceso de aprendizaje-enseñanza. Y en adición, existirá cooperación entre los distintos docentes, con el fin de reflejar el atributo interdisciplinar de las materias que componen cada curso educativo, así como su relación con lo aprendido en etapas educativas anteriores.

Por otra parte, en la actualidad nos encontramos en una crisis sanitaria derivada de los efectos del nuevo virus COVID-19. En la resolución de 30 de julio de 2020, de la Consejería de Educación, por la que se dispone la reanudación presencial de las clases en el curso escolar 2020-2021 y se aprueban las instrucciones de organización para el inicio de curso, que serán de aplicación hasta el fin de la crisis sanitaria ocasionada por la COVID-19, en el Boletín del Principado de Asturias (BOPA), se establece la necesidad de crear tres escenarios posibles a los cuales habrá que adaptar la metodología.

- a) Las medidas de distanciamiento e higiene permiten el desarrollo normal de las sesiones presenciales dentro del aula.
- b) Existen limitaciones, las sesiones serán semipresenciales.
- c) En el caso de un nuevo confinamiento, las sesiones se realizarán de forma telemática mediante la aplicación de Microsoft Teams.

Una vez expuestas las presentes ideas, se detallará con mayor precisión la metodología de la presente programación atendiendo a los tres escenarios mencionados.

### 3.7.1. Metodología aplicable a las sesiones presenciales

Durante el desarrollo de las sesiones presenciales se pueden aplicar multitud de metodologías que favorezcan la comprensión del contenido, el dinamismo de las clases y la participación activa del alumnado.

- Clase expositiva: a pesar de que esta modalidad metodológica es la tradicional, será necesaria aplicarla en ciertas situaciones. Puesto que, permite transmitir conocimientos amplios en poco tiempo, enfatizando aquel contenido que es más relevante y descodificando la información que resulta compleja para el alumnado. Sin embargo, no se abusará de este tipo de metodología.
- Aprendizaje por proyectos: durante el desarrollo de las sesiones se plantearán problemas de la vida real que el alumnado deberá resolver. Los problemas se presentarán como proyectos y los estudiantes los resolverán ejercitando el conocimiento adquirido y trabajando las competencias. Esta metodología potencia la autonomía, responsabilidad e iniciativa del alumno/a. Para la resolución de estos proyectos siempre se propondrá la puesta en común de la solución mediante una exposición, por tanto, se ejercitará la expresión oral del alumnado.
- Aprendizaje cooperativo: el objetivo es formar grupos de trabajo en los cuales se repartan las tareas, cada miembro realizará con éxito su parte apoyándose en el trabajo de sus compañeros. Desde esta materia se dará mucha importancia al trabajo en equipo, puesto que, en una empresa todos los departamentos deben coordinarse y cooperar entre sí.
- Gamificación: introducir dinámicas de juego en el aula resulta muy motivador para el alumnado. Para esta asignatura se han diseñado una serie de herramientas de Gamificación que faciliten al alumno/a el conocimiento de las funciones de cada departamento de la empresa. Un ejemplo será el juego de *la segmentación de mercados en el aula*, en el que el alumnado deberá diseñar el mensaje adecuado para su segmento objetivo, compitiendo con el resto de compañeros.
- Role playing: esta dinámica permite trabajar la habilidad social y la empatía.
- Brainstorming: con esta técnica se busca que el alumnado genere ideas sobre un tema concreto. Por tanto, al inicio de cada unidad didáctica se empleará dicha metodología para animar al alumnado a reflexionar y ubicarse en el tema, sin la influencia del docente.

### **3.7.2. Metodología aplicable a las sesiones semipresenciales**

En el desarrollo de las clases semipresenciales, en las que el alumnado alterne las clases online y offline, la metodología más adecuada será el Flipped Learning (FL). Esta modalidad permite que, a pesar de la distancia, la clase sea dinámica e interactiva. Se prepararán una serie de materiales, sobre todo vídeos de breve duración, con los que el alumnado deberá trabajar en sus respectivos hogares. Después, durante la sesión presencial, el docente resolverá las dudas del contenido visualizado en casa y se desarrollarán actividades tanto individuales como colectivas. En el momento de contacto docente-alumnado, se desarrollará la parte más compleja del aprendizaje, aplicando lo aprendido a la resolución de casos. En la posterior sesión online, el estudiante reforzará lo aprendido con una nueva tarea, recurriendo a herramientas digitales colaborativas.

### **3.7.3. Metodología aplicable a las sesiones telemáticas**

En el caso de que todas las sesiones fueran telemáticas, la metodología que más se adapta a la situación será el método E-learning. Entonces, mediante el espacio virtual de la aplicación de Microsoft Teams, el alumnado trabajará proponiéndose diversas técnicas como son:

1. Microlearning: se propondrán un problema o un conjunto de preguntas y el alumnado deberá resolverlas mediante su investigación en la red.
2. Gamificación: mediante juegos online.
3. Aprendizaje cooperativo: recurriendo a herramientas de trabajo colaborativo.
4. Aprendizaje basado en competencias: centrado sobre todo en trabajar la competencia digital.

### **3.7.4. Actividades**

El Real Decreto 1105/2014 de 26 de diciembre, en su artículo 2, establece que se deberán diseñar actividades de aprendizaje que favorezcan la adquisición de más de una competencia al mismo tiempo por parte del alumnado. Teniendo en cuenta este criterio, en la presente programación se recogerá un conjunto de actividades que se realizarán a lo largo del curso. Estas actividades serán de varios tipos con la finalidad de alcanzar diversos objetivos, en función de la relación con el contenido que se esté trabajando. Las actividades serán las siguientes:

- Actividades de diagnóstico inicial: al inicio de cada curso escolar se evaluarán los conocimientos previos del grupo-clase, para adaptar la enseñanza a estos.



- Actividades de motivación: al comienzo de cada unidad didáctica se buscará despertar el interés del alumnado.
- Actividad teórico práctica: a lo largo de las distintas unidades se realizarán este tipo de actividades con el fin de que el alumnado ponga en práctica sus conocimientos con habilidades y destrezas.
- Actividades debate: resultará interesante que el grupo-clase exponga en diversas ocasiones sus diferentes puntos de vista respecto a un tema concreto.
- Actividades de refuerzo: en el momento que se detecte alguna dificultad en algún alumno sobre un contenido concreto, se le realizarán actividades de apoyo con el fin de que consiga alcanzar el ritmo de aprendizaje de la clase.
- Actividades de ampliación: para mantener la motivación de aquel alumnado aventajado, se propondrán una serie de actividades algo más complejas.
- Actividades interdisciplinares: en el momento que se considere oportuno se trabajará el contenido de la asignatura junto con el de otras materias.
- Actividades de indagación: al finalizar cada unidad didáctica se animará al alumnado a buscar y compartir con sus compañeros algún caso real dónde se aplica lo aprendido en el aula.
- Actividades de autoevaluación: es relevante que el alumnado sea consciente de su propio proceso de aprendizaje. Mediante este tipo de actividades se trabajará directamente la competencia de aprender a aprender.
- Actividades extraescolares: esta tipología de actividad de carácter voluntario, acercará al alumnado al mundo empresarial real. Se realizarán visitas a empresas e instituciones que enriquecerán el aprendizaje.
- Actividades complementarias: se organizarán charlas como puede ser la de unos jóvenes empresarios en la que expliquen brevemente como han desarrollado su idea de negocio. El objetivo de este tipo de actividad estará orientado sobre todo a animar al alumnado a emprender. En el caso de que la situación sanitaria lo impida, las conferencias se realizarán de forma telemática, mediante la aplicación de Microsoft Teams o mediante Zoom.

### **3.7.5. Materiales y recursos**

Serán necesarios un conjunto de medios que permitirán el desarrollo de la metodología didáctica, impartir adecuadamente los contenidos, alcanzar los objetivos y desarrollar las competencias. Los materiales y recursos serán los siguientes:

- Apuntes propios: estos apuntes serán elaborados por el docente y serán compartidos con el alumnado mediante su equipo de trabajo de la aplicación de Microsoft Teams. El contenido de estos apuntes será un resumen de cada unidad didáctica, incluyendo los ejemplos citados por el profesor durante las sesiones expositivas. El alumnado podrá realizar modificaciones y añadir sus propias anotaciones. Además, tendrán un carácter visual, puesto que, se añadirán fotografías, gráficos y otros elementos visuales que favorezcan su atractivo visual y su aprendizaje.
- Periódicos: para desarrollar actividades como la de indagación, el alumnado podrá consultar una serie de periódicos que tomaremos como referencia. Estos periódicos serán *elEconomista*, el periódico *Expansión* y *Economía Digital*, entre otros. Mediante este recurso periodístico se pretende que el alumnado aplique lo aprendido en el aula a casos reales externos, sea consciente de la situación económica actual y trabaje su comprensión lectora y su espíritu crítico.
- Power point: el docente elaborará una serie de diapositivas correspondientes a cada unidad didáctica. La idea es que sirvan de esquema para contextualizar al alumno/a en cada sesión de lo que se está impartiendo en ese momento, de lo que se ha impartido en sesiones anteriores y de lo que se impartirá después. Consiguiendo en general, que tengan presente la estructura del temario. Estas diapositivas serán atractivas para incrementar el interés del alumnado.
- Vídeos: con el fin de complementar las explicaciones del docente, se recurrirán a videos interactivos que facilitarán la comprensión de los conceptos. Un ejemplo sería para la unidad didáctica del “Departamento técnico y de producción”, el siguiente vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=TFuQE2780Zk>  
Además, muchos de los vídeos serán de elaboración propia del docente.
- Películas: *Up in the air* (en la unidad didáctica del “Departamento de Recursos Humanos”) y *The Joneses* (en la unidad didáctica del “Departamento Comercial y Marketing”)
- Páginas web y blogs: se realizarán frecuentes consultas a páginas web como la de Ecologistas en Acción, con el fin de concienciar al alumnado sobre la economía sostenible, además de estar al día de las noticias de actualidad. En adición, se consultará de forma constante la página web del INE, de tal forma, que el alumnado este en contacto con datos económicos reales y actualizados. Por otra

parte, se visitarán blogs como son: *D´economía*, *Econosublime* y *Economía de Bolsillo*, entre otros.

Este tipo de búsquedas en la red incita al alumnado a reflexionar sobre la importancia de lo aprendido y mejora su habilidad de búsqueda e interpretación de la información.

- Herramientas de trabajo online: recurrir a aplicaciones digitales que permitan el trabajo colaborativo favorecerá el dinamismo de las sesiones y, además, serán muy útiles a la hora de realizar sesiones no presenciales. Las principales herramientas que se van a emplear serán: *Kahoot* (herramienta de Gamificación), *Bubbl.us* (aplicación colaborativa para el diseño de mapas conceptuales), *Money Town* (herramienta de Gamificación), *Perusall* (aplicación de lectura colaborativa) y *Wikia* (espacio compartido para crear conocimiento de forma conjunta).
- Ordenador, pizarra digital y proyector: mediante la cual se proyectarán las diapositivas de elaboración propia del docente. Además, se realizarán continuamente consultas en internet y se presentarán casos reales para que el alumnado entienda la relevancia de lo que están aprendiendo.
- Aula virtual: en la aplicación de Microsoft Teams se creará un grupo de trabajo para cada grupo-clase. En este espacio virtual se compartirá contenido de interés como pueden ser los apuntes elaborados por el docente. Además, si la situación lo requiere, se realizarán sesiones online de clase.
- Libro de Texto: para realizar consultas y extraer actividades.

### **3.7.6. Agrupamientos**

En cuanto al agrupamiento del grupo-clase, se formarán distintos grupos en función de la actividad a desarrollar.

Por un lado, se propondrán actividades de carácter individual con el fin de que los estudiantes afiancen los conceptos y detecten dificultades para poder solventarlas. A su vez, favorece que el alumnado de forma personalizada reflexione sobre el contenido. Y se adapte a su ritmo y posibilidades de aprendizaje.

Por otro lado, se desarrollarán una serie de actividades de carácter grupal, el objetivo principal es trabajar las actitudes de cooperación de los estudiantes. En estas situaciones el grupo-clase se dividirá en dos tipos de grupo en función de la actividad:

- Si la actividad consiste en un debate, entonces se formarán grupos medianos, en este caso se dividirá a la clase a la mitad, y, con el fin de dinamizar el debate, una mitad de la clase estará a favor del contenido a debatir y la otra mitad estará en contra. Durante esta actividad el alumnado pondrá en común sus distintos tipos de vista de una forma argumentada.
- Si se va a aplicar la metodología de Gamificación, entonces, la clase se dividirá en grupos pequeños, en torno a unos 4 o 5 alumnos. Este tipo de grupo favorece el aprendizaje significativo, permite trabajar conceptos de mayor dificultad y, además, los miembros entre sí aclaran información explicada con anterioridad. Si dentro del propio grupo existe un reparto de trabajo, el alumnado asumirá responsabilidad.

Sin embargo, las medidas sanitarias establecen que se debe respetar una distancia de seguridad entre el alumnado, por tanto, los grupos de trabajo se realizarán sin que el alumnado se desplace de su sitio, mueva su mesa y se acerque demasiado a sus compañeros.

### **3.8. Evaluación**

La evaluación consiste en recoger de forma continua información para después analizarla y ser consciente del aprendizaje que se está consiguiendo. Además, podemos identificar las variables que influyen en el proceso de aprendizaje, conociendo también aquellas dificultades que afectan negativamente al aprendizaje.

La evaluación permite una mejora de la actividad educativa, garantizando una intervención educativa adecuada.

En la Resolución de 26 de mayo de 2016, de la Consejería de Educación y Cultura, por la que se regula el proceso de evaluación del aprendizaje del alumnado de Bachillerato y se establecen el procedimiento para asegurar la evaluación objetiva y los modelos de los documentos oficiales de evaluación, dentro de su artículo 2, se recogen las características que debe reunir la evaluación:

- a) La evaluación del proceso de aprendizaje del alumno/a será continua, formativa y diferenciada según las distintas materias.
- b) La evaluación será continua con el fin de detectar las dificultades del alumnado en el momento que se produzcan, analizar sus causas y adoptar las medidas que permitan mejorar el proceso de aprendizaje.

- c) La evaluación tendrá un carácter formativo, deberá servir para mejorar los procesos de enseñanza y los de aprendizaje.
- d) La información recopilada mediante la evaluación se empleará para modificar las medidas de atención adoptadas y ajustarlas a las necesidades detectadas.

Con el fin de mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje, existen tres momentos que marcan la evaluación:

1. La evaluación inicial, se inicia al comienzo del proceso con la finalidad de conocer la situación de cada uno de los alumnos y alumnas que componen el grupo. Se deben detectar errores conceptuales que dificulten los aprendizajes posteriores.
2. La evaluación formativa: se desarrolla a lo largo de todo el proceso y tiene como finalidad orientarlo y corregirlo. La información constante permite obtener una visión de las dificultades y de los logros asociados a cada alumno/a. Mediante esta evaluación se puede comprobar si se avanza hacia los objetivos planteados.
3. La evaluación sumativa: tiene lugar al final del proceso, recogiendo los resultados de aprendizaje. Se comprueba si los estudiantes han adquirido los contenidos, competencias y habilidades que les permiten adquirir conocimientos más complejos.

Con el fin de evaluar al alumnado en la etapa de Bachillerato, el docente tendrá en cuenta lo recogido en el artículo 23 del Decreto 42/2015, de 10 de junio, por el que se regula la ordenación y se establece el currículo del Bachillerato en el Principado de Asturias y el Real Decreto 1105/2014, de 26 de diciembre, por el que se establece el currículo básico de la Educación Secundaria Obligatoria y del Bachillerato.

De tal forma que, los referentes para evaluar el grado de dominio de las competencias y el logro de los objetivos de etapa durante la evaluación continua y final son los criterios de evaluación, los indicadores asociados a cada uno de ellos y los estándares de aprendizaje evaluables.

Para evaluar las competencias se tendrá en cuenta instrumentos que puedan evaluar la capacidad del alumnado en la resolución de problemas que simulen situaciones reales. Además, se emplearán instrumentos de evaluación variados para facilitar la evaluación de los estudiantes, mejorando la calidad de la educación.

La Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa, en su artículo 36, establece que “La evaluación del aprendizaje del

alumnado será continua y diferenciada según las distintas materias. El profesorado de cada materia decidirá, al término del curso, si el alumno o alumna ha logrado los objetivos y ha alcanzado el adecuado grado de adquisición de las competencias correspondientes”.

### **3.8.1. Relación entre los criterios de evaluación, indicadores y estándares de aprendizaje evaluables**

En la presente programación se han recogido los objetivos de la asignatura de Economía de la Empresa, los contenidos que permiten al alumnado el logro de dichos objetivos, y los criterios de evaluación que sirven como referente para que el docente pueda evaluar el aprendizaje del alumno/a. Por tanto, los criterios de evaluación describen aquello que se quiere valorar y lo que debe lograr el alumnado, tanto en competencias como en contenido.

En el apartado 3.6 centrado en el contenido se indica mediante una tabla la relación entre las unidades didácticas, los criterios de evaluación y los estándares de aprendizaje. Los estándares de aprendizaje son los puntos a observar de los criterios de evaluación para definir los resultados de aprendizaje.

No todos los estándares de aprendizaje tienen la misma relevancia en cada materia. Hay ciertos estándares que son más relevantes para la consecución de los objetivos de materia. Por ello, cada estándar de aprendizaje debe ir asociado a una ponderación que indique su peso específico.

En este apartado se clasificarán los estándares de aprendizaje evaluables en tres categorías:

- a) Estándares básicos: son imprescindibles para superar la materia, permiten adquirir los conocimientos mínimos. Por tanto, poseen una ponderación del 60% en cada trimestre.
- b) Estándares avanzados: aprendizajes más complejos, se alcanzan los contenidos más altos. Poseen una ponderación del 10% cada trimestre.
- c) Estándares intermedios: situados entre los básicos y los avanzados. Son contenidos más complejos que los básicos, pero son viables de alcanzar una vez que se posee el conocimiento mínimo. Su ponderación es del 30% cada trimestre.

A continuación, se introduce una tabla que indica la clasificación de los estándares de aprendizaje de la asignatura de Economía de la Empresa. La numeración asociada a cada estándar será la misma que en el apartado 3.6.

Estándares de Aprendizaje Evaluables	Tipo
Unidad didáctica 1: El papel de la Empresa	
EAE 1.1.1	Básico
EAE 1.1.2	Básico
EAE 1.1.3	Intermedio
Unidad didáctica 2: El entorno de la empresa y la estrategia empresarial	
EAE 2.1.1	Básico
EAE 2.1.2	Intermedio
EAE 2.1.3	Básico
EAE 2.2.1	Básico
EAE 2.2.2	Avanzado
EAE 2.2.3	Básico
EAE 2.2.4	Intermedio
EAE 2.2.5	Básico
Unidad didáctica 3: Organización y dirección de la Empresa	
EAE 3.1.1	Básico
EAE 3.1.2	Básico
EAE 3.1.3	Avanzado
EAE 3.1.4	Intermedio
Unidad didáctica 4: El Departamento Técnico y de Producción	
EAE 4.1.1	Básico
EAE 4.1.2	Básico
EAE 4.1.3	Básico
EAE 4.1.4	Intermedio
EAE 4.2.1	Básico
EAE 4.2.2	Básico
EAE 4.2.3	Básico
EAE 4.2.4	Intermedio
Unidad didáctica 5: El Departamento de Logística y Operaciones	
EAE 5.1.1	Básico
EAE 5.1.2	Básico
Unidad didáctica 6: La información contable de la Empresa	
EAE 6.1.1	Básico
EAE 6.1.2	Básico
EAE 6.1.3	Básico
EAE 6.1.4	Intermedio
EAE 6.1.5	Avanzado
EAE 6.1.6	Intermedio
EAE 6.1.7	Intermedio
EAE 6.1.8	Básico
EAE 6.2.1	Intermedio
EAE 6.2.2	Avanzado

Unidad didáctica 7: El Departamento Financiero y de Inversión	
EAE 7.1.1	Básico
EAE 7.1.2	Básico
EAE 7.1.3	Intermedio
EAE 7.1.4	Básico
EAE 7.1.5	Básico
EAE 7.1.6	Intermedio
EAE 7.1.7	Avanzado
Unidad didáctica 8: El Departamento Comercial y de Marketing	
EAE 8.1.1	Básico
EAE 8.2.1	Intermedio
EAE 8.3.1	Básico
EAE 8.4.1	Básico
EAE 8.5.1	Intermedio
EAE 8.6.1	Avanzado
Unidad didáctica 9: El Departamento de Recursos Humanos	
EAE 9.1.1	Básico
Unidad didáctica 10: El Emprendimiento	
EAE 10.1.1	Básico

Para obtener la calificación curricular se asignarán diferentes niveles de logro a cada uno de los aprendizajes respetando la evaluación continua. Los indicadores de logro indicaran el nivel de logro alcanzado en el aprendizaje de forma cualitativa y se desarrollaran en cada una de las unidades didácticas.

### 3.8.2. Los instrumentos de evaluación

En este apartado se indican los instrumentos de evaluación de la materia, es decir, el conjunto de documentos utilizados por el profesor para la observación continuada del proceso de aprendizaje de los estudiantes, con el fin de justificar la calificación del alumnado.

Los instrumentos de evaluación son coherentes con el proceso de enseñanza aprendizaje competencial, teniendo en cuenta la normativa curricular y de evaluación del Estado y del Principado de Asturias.

En adición, los instrumentos serán variados, con la finalidad de adaptarse a las distintas situaciones y poder aportar información concreta sobre todos los aspectos que se pretenden evaluar. Algunos de ellos podrán ser evaluados tanto por el profesorado como por el alumnado en situaciones de coevaluación y autoevaluación.



Por lo tanto, los principales instrumentos de evaluación que se recogen en la presente programación serán los siguientes:

- **Prueba escrita:** esta prueba se dividirá en tres partes. En primer lugar, se realizarán una serie de preguntas a desarrollar con respuesta libre, en el que alumnado deberá expresar por escrito un conjunto de contenidos. En ocasiones, si la unidad lo requiere, dentro de estas preguntas se recogen aquellas de tipo numérico para resolver los problemas económicos estudiados. En segundo lugar, se emplearán preguntas de tipo test con respuesta limitada. Y finalmente, se realizará un comentario de texto sobre un artículo o noticia económica relacionada con la unidad didáctica a evaluar, en esta prueba se introducirá una cuestión que dará pie a la reflexión y expresión del propio pensamiento de los estudiantes.

El alumnado deberá resolver estas pruebas de forma individual y el docente valorará el recuerdo de la información relevante de la unidad y la capacidad de los estudiantes para expresarse correctamente de forma escrita.

Las pruebas escritas se distribuyen a lo largo del curso académico de la siguiente manera:

- El primer trimestre se realizará una prueba escrita que abarcará las tres primeras unidades didácticas.
  - En el segundo trimestre tendrán lugar dos pruebas escritas, una sobre las unidades 4 y 5. Y la otra prueba sobre las unidades 6 y 7.
  - En el tercer trimestre se desarrollará una prueba sobre las unidades 8, 9 y 10.
- **Rúbrica:** esta herramienta es un tipo de lista que contiene criterios específicos que permiten valorar el aprendizaje, los conocimientos y las competencias adquiridas por los estudiantes, sobre un tema, tarea o actividad. Para lo cual, se establecen niveles de desempeño sobre los contenidos o competencias evaluables. Como se ha indicado previamente en la presente programación, a lo largo del curso se desarrollarán actividades como las exposiciones orales, los debates y los proyectos, entre otros, que se evaluarán mediante este instrumento de evaluación.
  - **Escala estimativa:** el docente registra la observación de los comportamientos del alumnado. Además, el propio alumno puede evaluar su percepción. La herramienta permite medir el grado de dominio en la ejecución de una actividad específica por parte de los estudiantes. Se recurrirá a este instrumento de evaluación para valorar la participación de cada uno de los alumnos y alumnas en las sesiones. A su vez, el

propio alumno la llevará a cabo para que se autoevalúe, sea consciente de su situación y mantenga o mejore su actitud.

### **3.8.3. Calificación**

En el momento en el que se haya llevado a cabo el proceso de evaluación y la aplicación de los estándares de aprendizaje evaluables e instrumentos empleados, se expresará al final de cada una de las evaluaciones, y al finalizar el curso académico, una valoración sobre los objetivos y las competencias clave alcanzados por cada alumno. Esta valoración es lo que se denomina calificación y vendrá expresada en un número entero de 1 a 10. El criterio de calificación variará en función de tres escenarios: evaluación continua ordinaria, estudiantes con alguna evaluación suspensa y pérdida de evaluación continua.

#### **a) Evaluación continua ordinaria**

En la situación de un alumno con evaluación continua ordinaria, su calificación será la suma ponderada de los resultados medidos con los instrumentos de evaluación. La ponderación será la siguiente: pruebas escritas 60%, actividades valoradas mediante rúbricas 30% y la participación recogida mediante la escala estimativa será el 10% restante. En el caso de la escala estimativa, solo se tendrá en cuenta la que realiza el docente, la función de aquella realizada por el alumnado será mera informativa.

La nota final de la materia será una media aritmética de las notas de los tres trimestres. Será necesario adquirir una puntuación de 5 puntos mínimo para aprobar la asignatura. En el caso de que un alumno posea una calificación de 4 en alguno de los tres trimestres, podrá superar la materia si esta nota se compensa con el de las otras evaluaciones y se supera el 5.

#### **Limitación total de la presencialidad**

Los procedimientos se mantienen puesto que están diseñados para esta eventualidad, salvo las notas de participación que desaparecen para ser sustituidos por evaluación de actividades individuales a entregar por la aplicación de Microsoft Teams. Las pruebas escritas se realizarán en papel, todos los alumnos y alumnas deberán de estar conectados a la plataforma de Microsoft Teams con las cámaras activadas. Al finalizar la prueba, se enviará una fotografía legible del examen al docente a través del canal de clase.

#### **b) Estudiantes con alguna evaluación suspensa**

En el caso de que algún estudiante posea una calificación inferior al 5 en alguna de las evaluaciones, se le dará la oportunidad de realizar una prueba escrita de recuperación al finalizar la evaluación del trimestre correspondiente. No obstante, como se ha indicado previamente, podrá aprobar la asignatura si la media aritmética de las tres evaluaciones supera el 5 aunque posea alguna evaluación suspensa con una nota comprendida entre la calificación de 4 y 5. Por tanto, será decisión del alumnado recuperar aquellas evaluaciones con una nota inferior al 5.

Se recurrirá también a un plan de recuperación personalizado donde el estudiante tendrá que hacer un trabajo académico correspondiente a la evaluación no superada. Si se diera el caso de no recuperar la evaluación mediante la prueba escrita y el trabajo académico en junio, el estudiantado acudirá a septiembre con la evaluación o evaluaciones no superadas.

En conclusión, la calificación del estudiante con alguna evaluación suspensa se compondrá por:

- Prueba de recuperación escrita (80%). La prueba se compondrá por el contenido mínimo no superado de la materia.
- Trabajo académico (20%). Consistirá en un proyecto amplio, que suponga que el alumnado trabaje todos los objetivos y competencias establecidas en la programación para la evaluación suspensa. El trabajo favorecerá la comprensión del contenido que se evaluará en la prueba de recuperación.

### **Limitación total de la presencialidad**

Si la situación lo requiere, la prueba de recuperación escrita tendrá lugar durante una sesión online de Microsoft Teams en la que todos los participantes tendrán la cámara encendida y, al finalizar la prueba subirán una fotografía legible al canal o equipo de clase.

La entrega del trabajo académico se realizará también mediante dicha plataforma.

### **c) Pérdida de evaluación continua**

La pérdida de evaluación continua se produce en el caso de que un alumno o alumna no pueda asistir ni de forma presencial, ni virtual a las sesiones de Economía de la Empresa. Para evitar la pérdida de evaluación continua el alumnado deberá asistir al menos al 15% de las sesiones. Cada situación se estudiará y se tomará la situación que más beneficie a aquel estudiante que posea más dificultades para asistir.

En el caso de que el alumnado pierda la evaluación continua, deberá realizar una serie de tareas establecidas por el docente, que constituirá el 50% de su calificación. En adición, deberá realizar una prueba escrita en junio de carácter presencial. En el caso de que la situación sanitaria lo impida o que el propio estudiante no pueda acudir al centro, la prueba se realizará de forma online mediante el canal de Microsoft Teams. Esta prueba escrita supondrá el otro 50% de la calificación del estudiante.

Si se diera la situación de que el alumnado no superase la materia mediante las tareas y la prueba escrita de la convocatoria de junio, el estudiante acudirá a la convocatoria extraordinaria de septiembre en las mismas condiciones.

### **3.9. Atención a la diversidad**

La educación escolar tiene como finalidad promover el desarrollo de ciertas habilidades en el alumnado para que puedan ser miembros activos de su entorno sociocultural (Guijarro, 1990). Para conseguir dicho fin habrá que tener en cuenta una serie de diversidades en el alumnado, que afectan al proceso de enseñanza-aprendizaje. La atención a la diversidad es un factor fundamental en educación. Esto supone que se conozcan, respeten y valoren las características específicas de cada alumno/a, evitando cualquier tipo de discriminación. La atención a la diversidad promueve valores como el respeto, la solidaridad, la igualdad, dignidad y tolerancia.

La Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, dedica un capítulo completo, desde el artículo 71 al artículo 79, al alumnado con necesidad específica de apoyo educativo. Dividiendo el documento en las siguientes secciones:

- Sección primera. Alumnado que presenta necesidades educativas especiales.
- Sección segunda. Alumnado con altas capacidades intelectuales.
- Sección tercera. Alumnos con integración tardía en el sistema educativo español.
- Sección cuarta. Alumnado con dificultades específicas de aprendizaje.

La Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa, dentro de su artículo 71, indica lo siguiente: “Las Administraciones educativas dispondrán de los medios necesarios para que todo el alumnado alcance el máximo desarrollo personal, intelectual, social y emocional, así como los objetivos establecidos con carácter general en la presente Ley. Las Administraciones educativas podrán establecer planes de centros prioritarios para apoyar especialmente a los centros que

escolaricen alumnado en situación de desventaja social.” Además, se señala que es responsabilidad de las Administraciones educativas asegurar los recursos necesarios para que el alumnado que requiera una atención educativa diferente a la ordinaria, pueda desarrollar al máximo sus capacidades personales y los objetivos establecidos de forma general para todos los alumnos y alumnas.

Siguiendo esta línea, el Real Decreto 1105/2014, de 26 de diciembre, por el que se establece el currículo básico de la Educación Secundaria Obligatoria y del Bachillerato, en su artículo 16, señala lo siguiente: “corresponde a las Administraciones educativas regular las medidas de atención a la diversidad, organizativas y curriculares, incluidas las medidas de atención al alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo, que permitan a los centros, en el ejercicio de su autonomía, una organización flexible de las enseñanzas”.

Así mismo, en el artículo 17 del Decreto 42/2015, de 10 de junio, por el que se regula la ordenación y se establece el currículo del Bachillerato en el Principado de Asturias, se define la diversidad como: “el conjunto de actuaciones educativas dirigidas a dar respuesta educativa a las diferentes capacidades, ritmos y estilos de aprendizaje, motivaciones e intereses, situaciones sociales, culturales, lingüísticas y de salud del alumnado”. Además, se hace hincapié en que la atención a la diversidad propiciará que todo el alumnado adquiera las competencias y objetivos establecidos para Bachillerato. En adición, en este mismo decreto, en el artículo 18, se recogen las medidas de atención a la diversidad, que responderán a las necesidades educativas específicas del alumnado de forma flexible, reversible y sin discriminación alguna que impida lograr los objetivos de etapa y obtener la titulación correspondiente.

Retomando el apartado de Contexto de la presente programación didáctica, se recuerda que la clase referente está compuesta por 19 alumnos donde 4 de ellos están repitiendo curso, no obstante, ninguno tiene pendiente la asignatura de Economía que se imparte en el primer curso de Bachillerato. Además, 3 alumnos son inmigrantes, sin embargo, no poseen ninguna dificultad para usar la lengua castellana o para adaptarse al entorno y a las normas-socioculturales. Para este tipo de alumnado las medidas de atención a la diversidad adoptadas serán de carácter ordinario, dirigidas a prevenir o compensar dificultades leves, sin realizar modificaciones en el currículo.

Por otra parte, un alumno del grupo-clase ha sido diagnosticado con TDAH. La Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa, a la que se hace alusión previamente en este apartado, determina que el estudiantado TDAH, es alumnado con necesidad específica de apoyo educativo. Y, por tanto, posee un Plan de Trabajo Individualizado (PTI). En dicho documento se especifican las medidas que implican una propuesta curricular con diferentes metodologías adaptadas a sus necesidades específicas.

### **3.9.1. Medidas de atención a la diversidad**

A continuación, se detallarán las medidas de carácter ordinario generales y singulares implementadas en la presente programación didáctica.

Respecto a las medidas ordinarias generales, como se ha indicado en el apartado de Metodología, se aplicarán técnicas de enseñanza que favorezcan la participación activa de todo el alumnado durante las sesiones de clase, recurriendo a diversidad de materiales de interés para los estudiantes, buscando incrementar su motivación e implicación en la asignatura. Además, como se señala en el apartado de Evaluación, cada una de las pruebas escritas que se realizarán en cada evaluación trimestral, se compondrán por preguntas a desarrollar con respuesta libre, por preguntas de tipo test y por un comentario de texto. A su vez, también se valorarán distintas actividades mediante rúbricas adaptadas a cada una de ellas. Por lo tanto, se implementarán distintos procedimientos de evaluación, para que todo el alumnado tenga la oportunidad de mostrar sus capacidades sin estar limitado por un método de evaluación en el que posea dificultades para expresar su aprendizaje.

En relación a las medidas ordinarias singulares, se reforzarán determinadas áreas que supongan una mayor complejidad para el alumnado. Como se ha indicado, 4 alumnos repiten curso, la materia que les supone mayores dificultades es Matemáticas y, por ello, en aquellas unidades didácticas en las que se apliquen más ecuaciones o cálculos económicos/matemáticos, el docente se detendrá más, asegurándose que todo el alumnado lo ha comprendido. Además, para el desarrollo de las actividades se formarán grupos de trabajo flexibles y de carácter temporal, de tal forma, que se irá alternando la composición de los grupos hasta llegar a aquel agrupamiento que favorezca más el proceso de aprendizaje de todos los miembros de la clase.

En especial, estas medidas singulares se aplican para aquel alumnado que presenta un perfil específico. Como se ha indicado, en la materia está matriculado un alumno

diagnosticado con TDAH. Las medidas que se han considerado oportunas son las siguientes: el alumno debe de sentarse en primera fila durante todas las sesiones de la materia, en el caso de que la situación sanitaria requiera la modalidad de docencia semipresencial, dicho alumno asistirá de forma presencial a las sesiones, acudiendo todos los días al centro. Respecto a la evaluación, se establecen una serie de adaptaciones que no afectarán a los contenidos a evaluar, si no a la forma de evaluarlos. Las adaptaciones en la evaluación serán las siguientes: el alumno dispondrá de más tiempo para la realización del examen; se adaptarán las preguntas, resaltando lo relevante, con el fin de fijar su atención; se desglosarán las preguntas para evitar el olvido de contestar a algún apartado; y durante el desarrollo de la prueba se prestará especial atención a este alumno que podrá realizar consultas al docente en todo momento.

### **3.9.2. Medidas de atención a la diversidad a nivel de centro**

Los centros docentes disponen de autonomía para organizar las medidas de atención a la diversidad siguiendo las condiciones que establezca la Consejería de Educación. De esta forma, en coordinación con el Departamento de Orientación se adoptarán las medidas necesarias de atención a la diversidad y estas formarán parte del Programa de atención a la diversidad (PAD), incluido en la programación general anual (PGA).

Desde el centro se buscará siempre la colaboración de todo el profesorado, del Departamento de Orientación, de la dirección del centro y la implicación activa de las familias para garantizar unas medidas de atención a la diversidad que favorezcan la integración y la adecuación necesaria de la docencia a todo el alumnado matriculado en el centro educativo.

### **3.9.3. Medidas de atención a la diversidad a nivel de aula**

En la asignatura de Economía de la Empresa se promoverán valores sobre el respeto a la diversidad y la integración. Se hará partícipe del aprendizaje a todos los alumnos y alumnas que componen la clase. Por ello, en el apartado de Metodologías se han detallado un conjunto de técnicas de enseñanza que favorecen la autonomía, el desarrollo personal y colaborativo. Fomentando la cooperación y el apoyo mutuo entre alumnado.

Para detectar los problemas de aprendizaje en el aula se implementarán una serie de actividades, mencionadas con anterioridad en el apartado de Metodología, como son: la actividad de diagnóstico inicial, de motivación, de debate, de ampliación, de refuerzo, de indagación y de autoevaluación.

Con el fin de llevar a cabo estas actividades también se han detallado un conjunto de herramientas como, por ejemplo, las herramientas digitales de trabajo colaborativo: el *Kahoot*, que permite reforzar el aprendizaje y *Bubbl.us*, que afianza el conocimiento adquirido con la creación de forma colaborativa de mapas conceptuales, entre otras.

#### **3.9.4. Actividades Complementarias**

Las actividades complementarias son aquellas que utilizan espacios o recursos diferentes al resto de actividades ordinarias del área, y generalmente, precisan tiempo adicional del horario no lectivo para su realización.

En el apartado de Metodología se indican una serie de actividades complementarias. En este apartado se desglosarán en mayor profundidad:

- Encuentro con emprendedores. Para materializar el contenido de esta asignatura será fundamental el contacto con jóvenes emprendedores que compartan sus experiencias.
- Visita a la empresa Central Lechera Asturiana: resulta muy interesante visitarla, puesto que, una de las actividades a desarrollar por el alumnado en el tercer trimestre, será la de analizar la campaña de marketing de la propia entidad.
- Celebración del día del Emprendedor el 16 de abril.
- Cine escolar. Se propondrán una serie de películas relacionadas con aspectos del mundo empresarial. Y, sobre todo, se tendrá en cuenta el tema de la ética empresarial, con la finalidad de hacer reflexionar a los alumnos y alumnas.

En adición, como se ha reflejado con anterioridad se realizarán estas actividades en la medida en que la actual crisis sanitaria lo permita.

#### **3.10. Evaluación Docencia**

La evaluación del proceso de enseñanza es indispensable para ofrecer una educación de calidad. Permite evaluar las actuaciones del docente y en caso de que sea necesario, reconducirlas o reformularlas.

Por esta razón, se tendrán en cuenta una serie de aspectos a la hora de evaluar la intervención educativa en el contexto de aula: el diseño y desarrollo de las unidades didácticas, la adecuación de las adaptaciones realizadas para grupos concretos de alumnos, la selección de contenidos y su coherencia con los objetivos, el acierto en las actividades propuestas y en los materiales empleados, la organización del aula, el



aprovechamiento de espacios, las agrupaciones y todo lo que favorezca el proceso de enseñanza-aprendizaje en el aula.

Será necesario que esta evaluación docente se enfoque en tres elementos de la enseñanza: en la programación, en el desarrollo de la práctica docente y en la evaluación.

En la materia de Economía de la Empresa esta evaluación de la docencia tendrá lugar al finalizar cada trimestre, con la finalidad de poseer la oportunidad de tomar medidas correctoras para el proceso de enseñanza aprendizaje correspondiente a la segunda y tercera evaluación del alumnado.

El Real Decreto 1105/2014, de 26 de diciembre, por el que se establece el currículo básico de la Educación Secundaria Obligatoria y del Bachillerato, dentro de su artículo 20, en el punto 4, establece que “Los profesores evaluarán tanto los aprendizajes del alumnado como los procesos de enseñanza y su propia práctica docente, para lo que establecerán indicadores de logro en las programaciones didácticas.”

La evaluación docente será realizada por los dos grupos de interés. Por un lado, el propio docente de la materia de Economía de la Empresa realizará una autoevaluación, dónde se evaluará a sí mismo. Teniendo en cuenta los siguientes objetivos: el grado de consecución de los objetivos propuestos, la adecuación de los contenidos a los objetivos, la efectividad de la metodología propuestos y el proceso de evaluación y sus indicadores de logro. Para la valoración se recurrirá a una escala Likert con valores de 0 a 10, el 0 significará que no se ha alcanzado en ninguna medida el indicador de logro; y el 10 reflejará que se ha alcanzado plenamente el indicador de logro.

Por otro lado, el alumnado evaluará la práctica docente realizada, haciendo aportaciones que permitan mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje. El alumnado realizará la evaluación mediante un cuestionario de elaboración propia del docente. Este cuestionario se completará de forma anónima. Y la escala de valoración será una escala tipo Likert de 1 a 5 puntos.

<b>AUTOEVALUACIÓN DEL DOCENTE</b>		
<b>MATERIA:</b> Economía de la Empresa		<b>CLASE:</b> 2º de Bachillerato
PROGRAMACIÓN		
Indicadores de logro	Puntuación (0-10)	Observaciones
Para la elaboración de los objetivos se ha tenido en cuenta los estándares de aprendizaje evaluables que concretan los criterios de evaluación.		

La selección de contenidos y actividades concuerdan con los objetivos. Y se ajustan a la temporalización preestablecida.		
La programación se ha adaptado a las necesidades, circunstancias e intereses del alumnado.		
El contenido de la programación se ha adecuado al nivel y edad del alumnado.		
El alumnado ha sido consciente en todo momento de los criterios de evaluación y de su calificación. Se ha realizado un seguimiento del proceso de aprendizaje del alumnado.		
La programación se ha reforzado con la coordinación del resto de docentes. En el apartado de Atención a la diversidad ha cooperado el Departamento de Orientación.		
<b>DESARROLLO DE LA DOCENCIA</b>		
<b>Indicadores de logro</b>	<b>Puntuación (0-10)</b>	<b>Observaciones</b>
Antes del inicio de cada sesión se ha ordenado y estructurado el desarrollo de la clase.		
Antes de iniciar una sesión se ha enlazado con la clase anterior.		
Previamente al inicio de una actividad se ha despertado interés por el tema y se ha motivado al alumnado.		
El alumnado ha sido conocedor en todo momento de la estructura de los contenidos, de los objetivos y las competencias de cada actividad.		
Durante las sesiones se ha subrayado, enfatizado e insistido en lo más importante. Se han repetido concepto e ideas.		
Se ha recurrido a diverso material de interés para el alumnado. Empleando las TICs en el aula.		
Se han implementado diferentes actividades, variando su tipología y agrupamiento.		
Se han realizado actividades de carácter grupal y cooperativo.		
Durante todas las sesiones se ha preguntado al alumnado para que confirmen la comprensión.		

Se ha empleado adecuadamente los espacios del aula. Respetando la normativa relativa a la distancia de seguridad derivada de las medidas sanitarias.		
La distribución del tiempo en el aula es adecuada.		
Se ha motivado al alumnado para que participe. Se ha conseguido un ambiente en el aula activo y participativo.		
Se ha interactuado adecuadamente con el alumnado.		
Siempre se han resuelto las dudas del alumnado.		
Se han proporcionado actividades alternativas cuando no se hayan alcanzado los objetivos en primera estancia.		
Ha existido una coordinación con el resto de docente para la elaboración de actividades interdisciplinares.		
EVALUACIÓN		
Indicadores de logro	Puntuación (0-10)	Observaciones
Al inicio de curso se han implementado actividades de diagnóstico para ser conocedor de los conocimientos previos del alumnado. Se ha adaptado la programación a la situación real de aprendizaje.		
Ha existido diversidad en los instrumentos de evaluación del aprendizaje del alumnado.		
En la evaluación del aprendizaje del alumnado se ha valorado el conocimiento sobre los contenidos, la actitud del alumnado, el desempeño en las actividades didácticas y su nivel de participación.		
Se ha proporcionado al alumnado información sobre su progreso. Además, de indicaciones o medidas para mejorar su rendimiento.		
Se le ha proporcionado al alumnado herramienta de autocorrección, autoevaluación y coevaluación. Ha completado una escala estimativa con el fin de evaluar su propio comportamiento.		

Los criterios de calificación han sido adecuados y rigurosos.		
Se ha mantenido una comunicación constante con las familias. Se ha informado de la evolución del aprendizaje de sus respectivos hijos.		

<b>EVALUACIÓN DEL ALUMNADO DE LA PRÁCTICA DOCENTE</b>					
<b>MATERIA:</b> Economía de la Empresa	<b>CLASE:</b> 2º de Bachillerato				
Cuestionario para el alumnado respecto a la práctica docente	1	2	3	4	5
1. La profesora se ha esforzado por conocer al grupo de la clase.					
2. La profesora ha indicado en que tema estaba el contenido explicado en cada sesión.					
3. Las explicaciones de la profesora son claras, comprensibles y recurre a ejemplos de interés.					
4. La profesora consigue incrementar la motivación del alumnado.					
5. La profesora llega puntualmente a clase.					
6. Aplica los criterios de calificación explicados al inicio de curso.					
7. La profesora da la oportunidad de plantear dudas y resuelve las dificultades.					
8. La profesora escucha activamente las sugerencias coherentes del alumnado. Existe una buena comunicación alumnado/profesora.					
9. Valora adecuadamente el esfuerzo y la participación en clase.					
10. Las actividades propuestas son alcanzables, útiles y contextualizadas.					
11. La profesora promueve el respeto y valores como la solidaridad, aceptación y empatía en sus clases.					

Escala de calificación (1: insuficiente / 2: escaso / 3: correcto / 4: bien / 5: excelente)

### 3.11. Planificación de la unidad didáctica 8: El departamento Comercial y de Marketing

Área o Materia	U.D. nº	Título de la Unidad Didáctica
Economía de la Empresa	8	El departamento Comercial y de Marketing

Temporalización del 22 de febrero al 17 marzo

Nº de sesiones previstas 17

1- Introducción
La unidad 8 se centra en el área comercial y de marketing de la empresa, introduciendo al alumnado en el mercado y en la investigación del mismo, aplicando la técnica de segmentación de mercados, para concluir en las 4 P que constituyen el Marketing Mix. Se introducirá el concepto de la ética en las relaciones comerciales. Y se recurrirá a

metodologías activas para motivar al alumnado. Se pretende que el alumnado perciba la parte práctica de la materia en esta U.D, para lo cual, se analizará la campaña de marketing de la empresa Central Lechera Asturiana, entre otras actividades.

2- Objetivos didácticos	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comprender que el área comercial de la empresa es uno de los departamentos fundamentales de una organización empresarial</li> <li>- Identificar la necesidad de investigar el mercado.</li> <li>- Conocer los objetivos que se plantea la investigación de mercados.</li> <li>- Saber analizar al consumidor y llevar a cabo una segmentación de mercados fundamentada en los criterios de segmentación</li> <li>- Analizar las distintas estrategias de marketing</li> <li>- Identificar las 4P que integran el Marketing Mix.</li> <li>- Ser crítico respecto a las actuaciones comerciales.</li> <li>- Saber implementar las TIC en Marketing.</li> </ul>	
3- Criterios de evaluación	
<p><b>8.1. Analizar las características del mercado y explicar, de acuerdo con ellas, las políticas de marketing aplicadas por una empresa ante diferentes situaciones y objetivos.</b></p> <p>Mediante este criterio se valorará si el alumno o la alumna es capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer las diferentes fases y técnicas inherentes a la investigación de mercados.</li> <li>- Identificar distintos tipos de mercado en función del número de oferentes y de su naturaleza industrial o de consumo.</li> <li>- Explicar las diferentes variables de marketing-mix y las estrategias aplicables con cada una de ellas considerando las características del mercado.</li> <li>- Valorar el marketing desde un punto de vista ético reconociendo asimismo la importancia de la tecnología en las nuevas estrategias de marketing empresarial</li> </ul>	
4- Estándares de Aprendizaje	5- Competencias Clave
Caracteriza un mercado en función de diferentes variables, como, por ejemplo, el número de competidores y el producto vendido.	SIEE, CPAA, CCL
Identifica, y adapta a cada caso concreto, las diferentes estrategias y enfoques de marketing	CPAA y SIEE
Interpreta y valora estrategias de marketing, incorporando en esa valoración consideraciones de carácter ético, social y ambiental.	CPAA, CSC y SIEE
Comprende y explica las diferentes fases y etapas de la investigación de mercados.	CCL, SIEE
Aplica criterios y estrategias de segmentación de mercados en distintos casos prácticos.	SIEE, CCL
Analiza y valora las oportunidades de innovación y transformación con el desarrollo de la tecnología más actual aplicada al marketing.	CPAA, SIEE y CD

6- Contenidos
<ul style="list-style-type: none"> <li>- La actividad comercial</li> <li>- El mercado</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- La investigación del mercado</li> <li>- Análisis del consumidor y la segmentación de mercado</li> <li>- El marketing mix</li> <li>- Estrategias de marketing</li> <li>- La ética empresarial</li> <li>- El marketing y el uso de las TIC</li> <li>- <i>Análisis de la campaña de marketing de la Central Lechera Asturiana</i></li> </ul>
<b>7- Temas Transversales</b>
<p><i>Desarrollo de la comprensión lectora, la expresión oral y escrita, la comunicación audiovisual, las Tecnologías de la Información y la Comunicación:</i> el alumnado deberá exponer ante sus compañeros, apoyándose en una presentación digital, en las distintas actividades que se propongan como: el análisis de un anuncio de una marca concreta, el juego de “La segmentación en el aula”, etc.</p>
<p><i>Fomentar el desarrollo de la igualdad afectiva entre hombres y mujeres:</i> cada grupo de trabajo que se forme en el aula estará compuesto por ambos géneros.</p>
<p><i>Desarrollo y afianzamiento del espíritu emprendedor:</i> en la U.D se trabajará la creatividad del alumnado, mediante el diseño de logotipos y slogans. Se les propondrá actividades como el del juego de “La segmentación en el aula” en el que tendrá que diseñar y defender un mensaje atractivo para comercializar su producto.</p>

<b>8- Actividades tipo y tareas propuestas</b>
1. Debate y explicación sobre “¿Qué es el departamento de Marketing?”
2. Juego de “La segmentación de mercados en el aula”
3. Identificación de las 4P en una serie de productos concretos
4. Debate y role playing para deliberar sobre la ética empresarial
5. Análisis de un anuncio de una marca concreta por grupos de trabajo
6. Proyecto grupal consistente en analizar la campaña de marketing de la Central Lechera Asturiana
7. Actividades que faciliten la expresión oral y la comunicación
8. Elaboración de un Kahoot para finalizar la U.D
<b>9- Metodología</b>
<p>Se adoptará un enfoque dinamizador de las sesiones y motivador para el alumnado, combinando la metodología tradicional con metodologías activas.</p> <p>Se empleará la <i>metodología expositiva</i> para explicar ciertos conceptos teóricos, una vez expuesto el conocimiento por el docente, el alumnado lo expresará con sus palabras, esto permitirá comprobar si se ha entendido y, a su vez, el resto de compañeros recibirán la explicación del alumno/a seleccionado, por tanto, se empleará la <i>metodología de aprendizaje entre iguales</i>.</p> <p>Se implementarán metodologías activas como son: el <i>Flipped Learning</i>, la <i>Gamificación</i> y el <i>Role Playing</i>, entre otras.</p> <p>Durante las explicaciones se harán alusiones a ejemplos o resolución de casos de la vida real. Proponiendo actividades de carácter individual y grupal. Se buscará crear un ambiente de trabajo que favorezca el aprendizaje.</p>
<b>10- Espacios y recursos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Libro de texto de 2º de Bachillerato de Economía de la Empresa de McGraw Hill.</li> <li>- Tiza, pizarra analógica y digital, proyector y ordenador.</li> <li>- Presentaciones digitales de elaboración propia del docente.</li> <li>- Apuntes de elaboración propia del docente</li> <li>- Herramientas digitales: Mentimeter, Padlet, Kahoot, Youtube, Canva, etc.</li> </ul>

- Vídeos multimedia de elaboración propia del docente y ajenos.

#### 11- Atención a la Diversidad

- Se recurrirán a ejemplos y casos de interés para el alumnado, incentivando su motivación.
- Se propondrán actividades de diagnóstico inicial (debate), de indagación, de ampliación y de refuerzo si se requieren.
- La materia promoverá valores sobre el respeto a la diversidad y la integración.
- Se formarán grupos de trabajo flexibles y temporales, hasta encontrar la composición de los grupos que más favorezca el aprendizaje de todos.
- Se implementarán actividades diversas para evaluar el aprendizaje del alumnado. A su vez, la prueba escrita constará de tres partes diversas: preguntas a desarrollar, preguntas tipo test y comentario de texto.
- La prueba escrita dispondrá de un diseño adaptado a las necesidades del alumno diagnosticado con TDAH.

12- Evaluación	13- Instrumentos de Evaluación
Valoración de la participación/ intervenciones del alumnado durante las sesiones.	Observación y escala estimativa.
Evaluación de las actividades: <ul style="list-style-type: none"> <li>- “La segmentación de mercados en el aula”</li> <li>- Identificación de las 4P en una serie de productos</li> <li>- Debates y Role Playing</li> <li>- Análisis de un anuncio</li> <li>- Proyecto grupal “Central Lechera Asturiana”</li> <li>- Kahoot</li> </ul>	Observación y rúbrica específica de cada actividad
Evaluación del contenido aprendido	Prueba escrita a realizar junto con los contenidos de las U.Ds 9 y 10.

#### 14- Evaluación de la Práctica Docente

El alumnado completará un cuestionario de elaboración propia del docente al finalizar el tercer trimestre

## **4. INNOVACIÓN DOCENTE: ENFOQUE FLIPPED LEARNING A TRAVÉS DE LA METODOLOGÍA ACTIVA DE GAMIFICACIÓN EN LA MATERIA DE ECONOMÍA DE LA EMPRESA**

En el presente capítulo se expone la propuesta personal de innovación docente. Esta innovación docente se ha centrado en la introducción de metodologías activas en la enseñanza de la asignatura de Economía de la Empresa. Para ello, se pretende la combinación de las metodologías Flipped Learning y Gamificación, desarrollando una aplicación concreta denominada “*La segmentación de mercados en el aula*”.

### **4.1. Diagnóstico inicial**

Con la presente propuesta de innovación se persigue que el alumnado desarrolle alguna de las actividades fundamentales del funcionamiento de una empresa. La asignatura de Economía de la Empresa debería tener un carácter más práctico, de tal forma, que el alumnado comprendiera mejor el tejido empresarial y, a su vez, se incrementara su motivación e interés por la materia.

A continuación, en este apartado, se detallará toda la información que ha permitido identificar como fuente de mejora la introducción de estas metodologías activas.

#### **4.1.1. Identificar los ámbitos de mejora**

La asignatura de Economía de la Empresa del segundo curso del Bachillerato de Ciencias Sociales, se focaliza en entender el funcionamiento de la Empresa para poder comprender la economía de nuestra sociedad. El objetivo principal es que el alumnado entienda como se relacionan las empresas con el resto de agentes del entorno y conozca las metas y las funciones de las organizaciones empresariales.

Sin embargo, resulta complejo ubicar a los estudiantes en el tejido empresarial. En muchas ocasiones este contenido se imparte de forma teórica, impidiendo que el alumno/a visualice el correcto funcionamiento de las entidades.

Economía de la Empresa está recogida en el Boletín del Principado de Asturias (BOPA) y dividida en 7 bloques en los que se describe en profundidad cada uno de los departamentos de los que consta una compañía empresarial, concretando sus funciones. El presente proyecto de innovación, se va a centrar en el bloque 5 *la función comercial de la empresa*. Lo que se pretende es que el alumnado comprenda cuál es el papel que



desempeña un trabajador con un puesto dentro de esta área comercial y de marketing del que se compone toda organización empresarial.

Dentro del departamento comercial y de marketing existe un concepto fundamental que permite el desarrollo de todas las actividades necesarias para que el producto llegue al consumidor final y la empresa obtenga el beneficio esperado. Ese concepto es la **segmentación de mercados**. Segmentar el mercado consiste en agrupar a los consumidores en grupos homogéneos para poder satisfacer las necesidades de una forma más personalizada y acertada. Con la metodología didáctica tradicional puede que el alumnado comprenda la definición, sin embargo, con este conocimiento teórico es insuficiente para que realmente entienda la actividad que desempeña un profesional de este ámbito.

La puesta en práctica de los conocimientos adquiridos es el método que más favorece tanto la comprensión del contenido, como el recuerdo del mismo. Por tanto, para evitar que los estudiantes desconozcan como aplicar el contenido teórico, se va implementar una metodología didáctica innovadora que incremente la motivación y que consiga que el alumno/a ocupe una posición más activa en el desarrollo de las sesiones de la asignatura.

#### **4.1.2. Contexto**

El contexto dónde se realiza la presente propuesta de innovación será un aula de un IES del Principado de Asturias u otra Comunidad Autónoma. El aula estará formada por aquellos alumnos y alumnas matriculados en el segundo curso de Bachillerato de Ciencias Sociales y que cursen la asignatura de Economía de la Empresa.

El responsable de llevar a cabo la actividad será el docente que imparta la materia. Y participarán todos los alumnos y alumnas en su conjunto.

En concreto, el proyecto de innovación se ha llevado ya a la práctica durante la estancia en el IES de prácticas. El centro educativo posee un grupo-clase de la asignatura de Economía de la Empresa formado por 19 alumnos, de los cuales 7 son chicos y 12 son chicas. Además, la clase está compuesta por un alumno que procede de Venezuela y 2 alumnas marroquíes. Con este conjunto de alumnos y alumnas se llevó a cabo la propuesta de innovación por primera vez. Se debe destacar, que este contexto es el mismo que se define con anterioridad para la programación didáctica de elaboración propia.

Cabe mencionar que la asignatura se imparte cuatro días a la semana y la duración de cada sesión es de 45 minutos debido a la actual crisis sanitaria derivada del nuevo virus desconocido denominado COVID-19.

#### **4.1.3. Diagnóstico previo**

Durante la estancia de prácticas se pudo observar como muchos de los alumnos y alumnas mostraban desinterés por la asignatura de Economía de la Empresa. E incluso no eran conscientes de que la materia estaba fragmentada en cada uno de los departamentos en los que generalmente se divide una organización. A pesar de esto, la mitad de la clase consideraba que quería continuar formándose en el ámbito de la empresa y podían detallar una lista de grados universitarios o profesiones de la rama de economía y, sin embargo, desconocían realmente como era el desempeño de esos cargos de trabajo.

El hecho de que a nivel profesional les interesaba el ámbito de la empresa es un punto clave para incrementar la motivación y participación del alumnado durante las sesiones. E incluso pudo ser el principal factor de que la innovación propuesta se desarrollara con éxito.

En adición, el grupo de clase estaba muy cohesionado, todos los miembros estaban integrados y se sentían cómodos en el clima de aula. Cabe mencionar que de este grupo 4 estudiantes estaban repitiendo curso, 3 chicos y una chica. A pesar de que estos alumnos transmitían una desmotivación por la asignatura, siempre respondían al docente y tenían una actitud participativa en el aula. Es decir, no trabajan el contenido, desconocían o no comprendían los conceptos de la materia, pero les gustaba sentir que formaban parte de la clase.

En este contexto, con un grupo de clase con actitud participativa resulta sencillo introducir metodologías activas que favorezcan aún más el dinamismo de la clase. Y, a su vez, se pretende que la puesta en práctica solucione las dificultades que poseen para realmente comprender el funcionamiento de la empresa y extraerse de memorizar las fórmulas matemáticas o conceptos económicos sin entenderlos y, que fácilmente olvidarán unas semanas después.

En otro contexto, con alumnos y alumnas más pasivos, el tipo de metodologías que se propone en la presente propuesta de innovación, puede que no se considere el más ideal y, que la actitud poco participativa del alumnado suponga una barrera. Sin embargo, una

metodología innovadora y activa desplazará el lugar de espectador que han decidido asumir los estudiantes, consiguiendo sesiones más enriquecedoras y fluidas.

Por otra parte, como previamente se ha indicado, la asignatura de Economía de la Empresa se imparte en el segundo curso de Bachillerato, momento en el que alumnado tiene la responsabilidad de tomar muchas decisiones que pueden influir en su futuro. Y si nos encontramos con un grupo como el mencionado, chicos y chicas que, en un principio, tienen el mundo de la empresa como una opción. Es de vital importancia que lo conozcan en profundidad, que analicen cada una de las funciones que desarrolla una empresa, para que puedan tomar decisiones acertadas. Con la actividad gamificada que se propone, los estudiantes realmente se pondrán en el lugar de un miembro del departamento de marketing de una empresa. Por consecuente, visualizarán mejor si es lo que les gusta o, por el contrario, serán consciente de que no es concorde con sus expectativas.

Como se ha reflejado, el grupo está muy cohesionado. No obstante, entre los compañeros poseen una competencia sana. El docente emplea un sistema de positivos y negativos para completar un porcentaje de la evaluación. Los estudiantes buscan activamente adquirir esos puntos que pueden incrementar su nota. Por tanto, que en la metodología gamificada se introduzca el criterio pedagógico de sentido de la competencia, puede ser un aliciente para animar a los estudiantes a implicarse con la actividad. A su vez, la recompensa por ganar la actividad de Gamificación estará relacionada con la nota. El alumnado detectará que con una mayor comprensión de los conceptos económicos será más fácil ganar y, por tanto, se esforzará más, obteniendo los resultados buscados: incremento de la motivación y mejora de los resultados de rendimiento académico.

#### **4.1.4. Ámbitos educativos afectados**

En cuanto a los ámbitos educativos que se verán afectados en el desarrollo de la propuesta de innovación serán principalmente: las sesiones de clase de la materia de Economía de la Empresa y la evaluación de los estudiantes de dicha asignatura.

En primer lugar, las sesiones de la materia se modificarán. La metodología Flipped Learning permitirá detenerse con conceptos económicos/empresariales y ponerlos en práctica. Puesto que, será el alumnado el responsable de construir la parte teórica de su conocimiento, el docente deberá aportarle los materiales necesarios, pero estos no serán demasiado extensos. Lo que puede suponer ralentizar los tiempos preestablecidos para

impartir cada unidad didáctica. Sin embargo, la comprensión del contenido será mayor y, esto debe primar, puesto que, el fin último de la docencia es que se produzca el proceso de enseñanza-aprendizaje y realmente el alumnado adquiera conocimiento aplicable al mundo real.

En una clase magistral, en general, el docente expone el contenido de forma teórica, al finalizar las explicaciones, se proponen una serie de actividades que el alumnado deberá resolver en un tiempo límite en el aula de forma individual. Sin embargo, el Flipped Learning propone que, una vez adquirido el conocimiento teórico, no se realice de forma inmediata la actividad. Si no que, en la siguiente sesión de clase presencial se ponga en práctica el conocimiento aprendido de forma colaborativa. En 2013 un grupo de investigadores de York y de la Universidad de Santa Clara realizaron un experimento en el que se comprobó que cuanto mayor sea el tiempo transcurrido entre el aprendizaje y las pruebas, mayor será la retención a largo plazo (Santiago y Bergmann, 2018). Por lo tanto, la metodología innovadora favorece el recuerdo. Es un cambio en la dinámica de las sesiones, que dedicarán tres momentos distintos para un mismo concepto económico. En apartados posteriores se explicará de forma detallada el desarrollo de la metodología.

En segundo lugar, la evaluación también se verá afectada. Puesto que, se va a introducir el criterio pedagógico de sentido de la competencia y se recompensará en relación a las notas de clase, no todos podrán adquirir la misma nota. Se establecerán un rango de notas en función de quién gane el primer puesto en la actividad gamificada, quien ocupe el segundo puesto y así sucesivamente. El juego supondrá un porcentaje de la nota del alumnado, que se explicará más adelante en el presente documento y, que tendrá que tenerse en cuenta junto con el examen y la participación en clase.

## **4.2. Justificación y objetivos de la innovación**

En este apartado se indicarán los objetivos que persigue la presente propuesta de innovación, junto con un análisis de los mismos.

### **4.2.1. Objetivos**

El resultado esperado con la implementación de esta innovación docente es incrementar la motivación por aprender del alumnado y conseguir que la asignatura de Economía de la Empresa posea un carácter más práctico, adaptándose a funciones a desempeñar en la vida real. De esta forma, el alumnado construirá un conocimiento más real sobre el funcionamiento del tejido empresarial. Para lograr este resultado, se han

definido los siguientes objetivos específicos que debe alcanzar el alumnado de la asignatura:

1. Apreciar el papel de las empresas en el contexto actual, su contribución a la satisfacción de las necesidades humanas.
2. Conocer el concepto de segmento de mercado y las distintas estrategias de segmentación de mercado existentes.
3. Integrar los conocimientos adquiridos en la materia y aplicarlos a las funciones de las entidades empresariales en la vida real. Identificando las estrategias comerciales de las empresas en función del segmento de mercado al que dirigen sus productos.
4. Emplear las Tecnologías de la Información y la Comunicación y aplicarlas a la actividad empresarial.
5. Desarrollar las habilidades de trabajo colaborativo, aprendiendo a poner ideas en común, a planificar, a controlar los tiempos de trabajo y a tomar decisiones adecuadas.
6. Dominio de las habilidades de comunicación y mejora de la expresión oral.

#### 4.2.2. Análisis de los objetivos:

A continuación, se recoge en la Tabla 4.1 un análisis de los objetivos, indicando la finalidad de los mismos, los indicadores de impacto y las medidas para evaluarlos.

Tabla 4.1.-Análisis de los objetivos

ANÁLISIS DE LOS OBJETIVOS			
	Finalidad	Indicadores de Impacto	Medidas
objetivo final	Aumentar la <u>motivación</u> por aprender del alumnado y conseguir que la asignatura de Economía de la Empresa posea un <u>carácter más práctico</u> .	El alumnado posee una actitud activa en las sesiones.	Observación, anotación de la participación y rúbrica para evaluar la actividad.
		El alumnado muestra interés por la materia.	
		El alumno desarrolla una de las funciones del área comercial de una empresa.	
	Apreciar el papel de las empresas en el contexto actual, su contribución a la satisfacción de las necesidades humanas.	El alumnado reflexiona sobre la importancia de la investigación, creatividad e innovación de las empresas para adaptarse a las necesidades humanas.	Observación y participación en el Padlet.
	Conocer el concepto de segmento de mercado y las distintas estrategias de segmentación de mercado existentes.	Los estudiantes aplican criterios y estrategias de segmentación de mercados en distintos casos prácticos.	Elaboración de la ficha de Buyer Persona.

Objetivos específicos	Integrar los conocimientos adquiridos en la materia y aplicarlos a las funciones de las entidades empresariales en la vida real. Identificando las estrategias comerciales de las empresas en función del segmento de mercado al que dirigen sus productos.	El alumnado aplica las estrategias comerciales para atraer a su segmento de mercado mediante el diseño de un mensaje adecuado.	Observación y rúbrica para evaluar la actividad.
	Emplear las Tecnologías de la Información y la Comunicación y aplicarlas a la actividad empresarial.	El alumnado utiliza las TICs para la elaboración de su mensaje.	Rúbrica para evaluar la actividad.
	Desarrollar las habilidades de trabajo colaborativo, aprendiendo a poner ideas en común, a planificar, a controlar los tiempos de trabajo y a tomar decisiones adecuadas.	El grupo de trabajo coopera diseñando el mensaje e identificando el segmento de mercado al que se dirigen sus compañeros de clase.	Rúbrica para evaluar la actividad.
	Dominio de las habilidades de comunicación y mejora de la expresión oral.	El alumnado realiza correctamente la exposición del diseño del mensaje al resto de grupos de la clase.	Rúbrica para evaluar la actividad.

Fuente: Elaboración propia

### 4.3. Marco teórico de referencia de la innovación

Con el objetivo de respaldar la propuesta de innovación, se ha recopilado el presente marco teórico, compuesto por casos prácticos de aplicación de ambas metodologías.

La innovación en la educación es muy relevante para nuestra sociedad y una forma de innovar es aplicar nuevas metodologías didácticas. En la actualidad, el alumnado tiende a desmotivarse muy fácilmente, la metodología tradicional favorece la actitud pasiva de los estudiantes. Es necesario aplicar nuevos métodos que consigan motivar al alumnado, fomentar el pensamiento crítico y que ayuden a los estudiantes a resolver los problemas del mundo real (Aguilera-Ruiz et al., 2017).

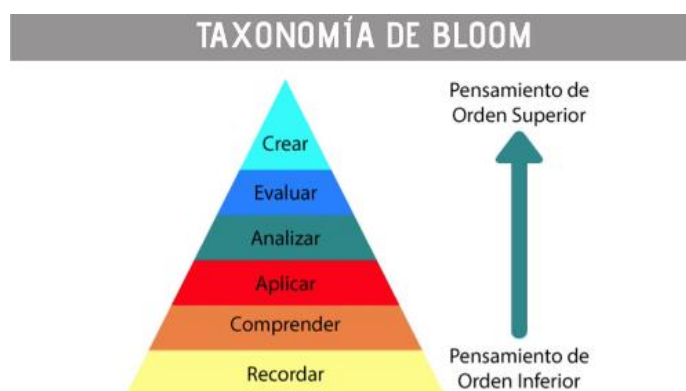
En función de esta argumentación, la metodología empleada en el presente proyecto de innovación es el Flipped Learning a través del aprendizaje activo de Gamificación.

#### 4.3.1. El Flipped Learning

En 2012 en Estados Unidos se empieza a desarrollar el Flipped Learning como un nuevo modelo pedagógico que transfiere parte del proceso de enseñanza-aprendizaje a tiempo fuera del aula (Santiago y Bergmann, 2018). De tal forma que, el alumnado en sus

respectivos hogares adquiere el contenido básico mediante materiales aportados por el profesor. Lo que se busca es aprovechar el tiempo de contacto directo entre el alumnado y el profesorado para aquello que resulte más complejo, es decir, para aquel momento de crear conocimiento a raíz de lo aprendido. Esto hace referencia a la *Taxonomía de Bloom* desarrollada en 1956 por el psicólogo y pedagogo estadounidense Bloom. Esta taxonomía organiza la adquisición de conocimientos en distintos niveles. Mediante el Flipped Learning se pretende que se trabaje en el aula el pensamiento de orden superior, de tal forma, que en el momento de que el alumno tenga dificultades el docente pueda proporcionarle soluciones o ayudas (Figura 4.1).

Figura 4.1.-La Taxonomía de Bloom



Fuente: <https://evidenciaenlaescuela.wordpress.com> consultado el 26/04/2021)

El método de enseñanza Flipped Learning tiene como prioridad incrementar el protagonismo del alumno/a. El espacio de trabajo individual fuera del aula propicia una mayor autonomía en los estudiantes, que deben de ser los responsables de adquirir el conocimiento a raíz de los materiales aportados por el docente, para después poder trabajar con sus compañeros en clase. El aprendizaje en el aula se vuelve más dinámico e interactivo, se proponen actividades para resolver de forma individual y grupal.

La investigación de Bergmann y Sams (2012) en la que se aplicó por primera vez la metodología didáctica descrita en un colegio rural de Colorado (USA), tuvo un impacto positivo en la educación, siendo su resultado la mejora de la motivación por aprender y el incremento en el rendimiento de los estudiantes.

A raíz de ese primer momento, tienen lugar numerosas experiencias de aplicación de la metodología Flipped Learning en el aula. Un ejemplo concreto es el estudio realizado por Waltraud Martínez Olvera e Ismael Esquivel Gámez (2018), que implementaron la metodología Flipped Learning en la materia de “Comprensión de textos

escritos en inglés como lengua extranjera” de un Bachillerato público en la ciudad de Xalapa, Veracruz (México).

Para evaluar los resultados de la implementación de esta metodología activa, se formaron dos grupos de alumnos, un grupo experimental compuesto por 19 estudiantes de 16 a 20 años y, un grupo de control conformado por 30 estudiantes de 16 a 19 años.

En ambos grupos se utilizaron los mismos contenidos, pero el formato de presentación de los mismos fue distinto. El grupo experimental accedía a la plataforma digital Moodle, dónde se encontraban con seis unidades de trabajo en secuencia lineal. Cada unidad disponía de tutoriales multimedia breves y de ejercicios prácticos. La herramienta dónde realizaban los ejercicios era JelicAuthor, esta aplicación otorga evaluación inmediata sobre las actividades, lo que permite identificar lo aprendido y detectar y corregir los fallos.

Por otro lado, el grupo de control recibía las lecciones de forma tradicional, recurriendo a clases expositivas.

Al finalizar cada unidad se realizaba una evaluación de tipo formativa a ambos grupos. La evaluación reflejó que el grupo experimental alcanzó una mejor ejecución en lectura. Esto se debe a que la exposición al contenido mediante un formato multimedia con tutoriales que permiten volver a visualizar la explicación las veces que lo requieran, facilita el aprendizaje. Además, resulta muy satisfactorio que la plataforma dónde se localizan las actividades permita la evaluación inmediata.

Por lo tanto, la aportación de la presente experiencia refleja que la metodología Flipped Learning es beneficiosa para los estudiantes. Y será viable siempre que los materiales digitales seleccionados para su implementación se adecuen al contexto y necesidades del grupo-clase.

Continuando con la idea reflejada en el párrafo anterior, se presenta el siguiente caso de estudio. Para demostrar los resultados derivados de la implementación del método de Flipped Learning, se llevó a cabo un estudio sobre un curso de refuerzo de Habilidad Matemática en estudiantes de nivel secundaria con perspectiva a cursar Bachillerato (Madrid García et al., 2018). La muestra de la investigación estaba compuesta por 101 estudiantes divididos en dos grupos, uno de control y otro experimental.

El grupo experimental trabajó el contenido recurriendo a un espacio virtual con capacidad de compartir archivos y videos. El contenido del curso se dividió en módulos



almacenados en la Página web. En cada uno de estos módulos los estudiantes podían acceder a un video explicativo y a ejercicios de refuerzo. Mientras que, el grupo de control recibía el curso mediante una metodología tradicional.

Los resultados se evaluaron con un test sobre Habilidades Matemáticas realizado por los alumnos y alumnas antes de recibir el curso y con un test resuelto al finalizar el curso. A pesar de que mediante el experimento no se encontraron diferencias significativas entre el aprendizaje del grupo experimental y de control, se pudieron definir un conjunto de conclusiones.

La dinámica de Flipped Learning supone un mayor protagonismo y participación de todos aquellos que forman el grupo de clase. Por tanto, todos deben de estar adecuadamente preparados. El docente deberá explicar a su alumnado el funcionamiento de la clase con tal metodología, de lo contrario, los estudiantes continuarán esperando que el docente explique los conceptos en clase y no asumirán sus responsabilidades fuera del aula.

Asimismo, el docente deberá estar debidamente formado, deberá conocer los nuevos métodos tecno-pedagógicos y saber aplicarlos con adecuación al proceso de enseñanza-aprendizaje. Será conveniente, apoyarse en experiencias de otras instituciones similares que hayan implementado previamente estos métodos innovadores en sus aulas.

Además, se pueden aprovechar las competencias tecnológicas de los estudiantes para diseñar las nuevas sesiones de clase. Esto permite que el alumnado sea todavía más protagonista de su aprendizaje.

Cabe mencionar que, si se implementan estas metodologías en edades más tempranas, en el momento de cursar Bachillerato, el alumnado estará más familiarizado, funcionará mejor y se aprovecharán todos los beneficios del método Flipped Learning.

#### **4.3.2. La Gamificación**

Para continuar con el desarrollo de la metodología, se debe indicar que la técnica de aprendizaje activo seleccionada es la Gamificación.

El concepto de Gamificación fue creado en 2002 por Nick Pelling, un programador de juegos de ordenador. En educación la Gamificación consiste en introducir la mecánica de un juego al ámbito educativo (Moyano et al., 2019). Esta técnica permite impartir el conocimiento de una forma más atractiva, facilitando la interiorización y el recuerdo del

contenido aprendido. Se genera un incremento de la motivación del alumnado, un mayor compromiso por parte de los estudiantes, una mayor autonomía y se les incentiva a aprender. Por lo tanto, es una experiencia positiva para los y las alumnas.

Es necesario realizar un buen diseño de la actividad de Gamificación. Se deben de tener en cuenta una serie de criterios Pedagógicos:

- Dependencia positiva: fomentar el deseo de aprender mediante el desarrollo de retos colaborativos que, a su vez, favorecen la interacción social del grupo-clase.
- La curiosidad: se genera un mayor interés y atención para adquirir los conocimientos.
- Protección de la autoestima: se debe evitar la sensación de vulnerabilidad en el alumnado. Se pretende reforzar la autoestima.
- Sentido de competencia: es necesario que exista una calificación para que el alumnado pueda identificar dónde se encuentra en función de su aprendizaje.
- Autonomía: establecer unas normas con el fin de que los estudiantes puedan controlar su comportamiento dentro de unos límites marcados. Siempre dejando libertad para la creatividad y las iniciativas.
- Tolerancia al error: entendiendo el error como una parte del aprendizaje y del juego. Reduciendo el miedo al fracaso que puede experimentar el alumnado.

Todos estos criterios se deben estimular en cualquier actividad gamificada.

Por otro lado, con la finalidad de reflejar más información sobre las facilidades y dificultades que presenta esta técnica cuando se aplica en el entorno educativo, se va a exponer un caso de aplicación real en el aula. En el libro *Pedagogías Emergentes en la Sociedad Digital* (2019) se recogen experiencias de Gamificación en Educación, puestas en práctica en el Grado de Pedagogía de la Universidad de Barcelona. En el presente documento se va a reflejar una de dichas experiencias:

Se realizó una conferencia sobre gente tóxica a un grupo de alumnos y alumnas de segundo curso de la ESO. La conferencia se basó en una dinámica en la que el alumnado debía interpretar unas imágenes de casos concretos de relaciones tóxicas.

Tuvo lugar una segunda sesión, realizada una semana más tarde, en la que se llevó a cabo un juego, en el que se trabajó como identificar las relaciones tóxicas, por qué evitarlas y cómo hacerlo.

Para llevar a cabo el juego, se dividió la clase en dos grupos. Cada grupo debía resolver tres pruebas en un tiempo límite. El objetivo era completar un rompecabezas que

formaba una imagen, que representaba las relaciones tóxicas. Cada vez que realizaban correctamente una prueba obtenían las piezas del rompecabezas.

La primera prueba consistía en responder a una pregunta mediante unos banderines de color verde, para indicar afirmativo y, de color rojo, para indicar negativo. Es decir, en función de si el grupo consideraba que la respuesta era afirmativa o no, empleaban uno u otro.

La segunda prueba consistía en que dentro de una caja de cartón que poseían cada uno de los dos grupos, debían identificar, entre recortes de papel, todas las respuestas correctas a una determinada pregunta, que tenía más de una solución, descartando aquellas que no eran válidas.

La tercera prueba consistía en elegir cinco sobres al azar que contenían las piezas del rompecabezas que les faltaban.

En cuanto a los resultados, se llevó a cabo una encuesta de satisfacción para el alumnado. Los alumnos/as reflejaron que había sido una experiencia muy positiva. Todos disfrutaron con la actividad, comprendieron la información, la consideraron interesante y mostraron disposición para volver a realizar cualquier otra tarea del estilo.

Por tanto, desde el punto de vista de la aplicación de la Gamificación se observó cómo los estudiantes están más dispuestos a realizar las tareas cuando estas conllevan algún tipo de prueba y recompensa. Mostrándose también motivados por el trabajo en equipo.

Con el fin de continuar fundamentando los aspectos positivos de la Gamificación, se recurre a otra experiencia educativa llevada a cabo en Educación Secundaria y Bachillerato. En este caso, se implementó la metodología de Gamificación mediante el uso de la herramienta Quizziz, sustentada en tres pilares: el uso de recursos virtuales en el aula, Gamificación educativa y el aprendizaje colaborativo (Rodríguez et al., 2019).

Quizziz es una aplicación que permite crear preguntas personalizadas de manera lúdica. El docente genera las preguntas en la web y el alumnado introduce el código del cuestionario en la página web, pudiendo responder desde un ordenador o dispositivo móvil al cuestionario.

La eficacia de la metodología se demostró mediante la realización de dos encuestas de satisfacción al alumnado, antes y después de vivir la experiencia educativa. En los

resultados, se ha comprobado que la metodología planteada favorece el proceso de enseñanza-aprendizaje al implicar al alumnado en un estudio constante de la materia, la evaluación de la actividad gamificada es percibida por el alumnado con un enfoque más optimista y con mayor confianza en uno mismo, el alumnado posee más predisposición a realizar las tareas en equipo que de forma individual y, el ambiente educativo pasa a ser más entretenido y motivador.

En la actualidad, existen numerosos recursos online de acceso libre que permiten implementar la metodología de Gamificación en el entorno educativo, como son: Quizizz, Kahoot, Google Forms, etc. Por lo tanto, el uso de estas herramientas digitales basándose en una metodología de Gamificación estructurada y adapta al alumnado destinatario, resulta muy positivo, sobre todo, porque el aspecto lúdico mejora el recuerdo, la comprensión y se consigue un aprendizaje realmente significativo.

Reforzando las ideas anteriores, se expone otro trabajo de investigación realizado para valorar las fortalezas y debilidades del uso de la Gamificación y las tecnologías en una clase de Historia de 4º de la ESO de un centro educativo de la provincia de Alicante (Trigueros, 2018). En este sentido, se planteó una propuesta didáctica basada en la implementación de la Gamificación y en el uso de diferentes medios de comunicación. La propuesta estaba dividida en cuatro fases. En una primera fase, el alumnado recibió una clase teórica sobre la Guerra de la Independencia Española del siglo XIX. En la siguiente fase se puso en marcha un juego de rol inspirado en la serie de TVE1 “*El Ministerio del Tiempo*”. Se procedió a dividir a la clase por equipos y cada uno asumió el papel de un personaje histórico. Y, se presentaron diversas misiones que el alumnado debía resolver a partir de la búsqueda de información en la red mediante una Tablet. La tercera y cuarta fase, consistieron en que el alumnado resolviese un cuestionario de satisfacción de escala Likert y una prueba escrita sobre el contenido curricular de la materia de Historia.

Los resultados obtenidos ponen de relieve la utilidad de este tipo de metodología para la mejora de la calidad de la enseñanza. Se mejora el aprendizaje del contenido de las materias y se favorece la adquisición de competencias clave. Del mismo modo, se ha percibido como el alumnado estaba más motivado por la propuesta de trabajo grupal y cooperativo. Finalmente, los datos demuestran que los estudiantes valoran positivamente el uso de las TIC en su aprendizaje, reconociendo la aportación que suponen para su futura formación y adecuación a un puesto de trabajo en el siglo XXI.

### **4.3.3. El Flipped Learning y la Gamificación**

Al aplicar la Gamificación mediante el Flipped Learning se estructura el aprendizaje en torno a tres momentos:

- El momento “*antes de la sesión en el aula*”, dónde el alumnado deberá construir el conocimiento a raíz de los recursos aportados por el docente. La mayoría de estos recursos serán de carácter digital.
- El momento “*durante la sesión en el aula*”, en el que el alumnado aplica el conocimiento mediante la técnica de Gamificación. Esta técnica permitirá al alumnado trabajar de forma colaborativa y cooperativa.
- El momento “*después de la sesión en el aula*”, dónde los estudiantes realizan una tarea en casa para reforzar lo aprendido y favorecer el recuerdo. Para el desarrollo de las tareas se emplearán, en su mayoría, herramientas digitales y colaborativas.

La combinación de técnicas didácticas innovadoras, como son el Flipped Learning y la Gamificación, contribuye a mejorar la interrelación entre los agentes que participan en el proceso de aprendizaje-enseñanza. Mejorando la relación alumnado-profesorado y la relación entre los compañeros del grupo-clase (Pozo Sánchez et al., 2020). En adición, implementar el uso de recursos digitales permite que se trabaje la Competencia Digital (CD) de gran relevancia en el mundo digitalizado en el que vivimos.

Otro elemento muy importante, es el incremento en la motivación de los estudiantes, puesto que, asumen un nuevo rol, con mayor participación y protagonismo durante las sesiones. Además, los recursos digitales mencionados resultan más atractivos para estos.

## **4.4. Desarrollo de la propuesta de innovación**

La aplicación de la propuesta de innovación docente, como se ha indicado a lo largo del presente proyecto, consiste en explicar al alumnado de 2º curso de Bachillerato, de la asignatura de Economía de la Empresa, el concepto de segmentación de mercados mediante una metodología innovadora. La metodología será el Flipped Learning y se apoyará en la técnica de aprendizaje activo de Gamificación.

Con este tipo de metodología se consigue incrementar la motivación y participación activa del alumno. Además, permite que los estudiantes se pongan en el lugar de un

miembro del equipo de marketing de una empresa, desarrollando una de sus actividades principales: la de segmentar el mercado.

La combinación de las técnicas de Flipped Learning y Gamificación, supone que se creen tres momentos de aprendizaje:

- *El momento “antes de la sesión en el aula”:*

En sus respectivos hogares el alumnado aprenderá los conocimientos teóricos de la segmentación de mercados mediante un vídeo de elaboración propia del docente. El contenido de la presentación será de una duración en torno a los 8 minutos, en la que se explicará qué es la segmentación de mercados, cómo se lleva a cabo, cuáles son las variables que hay que tener en cuenta, las tres estrategias que se emplean y qué es el Buyer Persona. Además, de añadir ejemplos reales y de interés para los estudiantes. El enlace al vídeo se indica en el Anexo 1.

El alumnado deberá recoger notas durante la visualización de la presentación animada, para trabajar durante la sesión en el aula y compartir sus dudas con sus compañeros.

- *El momento “durante la sesión en el aula”:*

Contando con que la sesión en el aula tiene una duración de 45 minutos, se ha estructurado de la siguiente forma:

En primer lugar, se dedicarán unos 5 minutos para resolver dudas sobre el video visualizado previamente en sus respectivos hogares e incluso se hará un breve comentario sobre el mismo.

Una vez, que el contenido esté claro el alumnado llevará a cabo una actividad de forma individual, se le entregará a cada estudiante una ficha de Buyer Persona. Los estudiantes deberán completarla con los conocimientos adquiridos mediante la visualización del video. Además, junto con la ficha, se les entregará una tarjeta dónde aparecerá la imagen de un producto. Estas cartas estarán repartidas, de tal forma, que varios miembros de la clase posean el mismo producto. El objetivo de la actividad es que describan al consumidor ideal del producto que les corresponde. A esta tarea se le dedicarán 10 minutos del tiempo restante de clase.

A continuación, se aplicará la técnica de aprendizaje activo de Gamificación, con el diseño de un juego denominado: *La Segmentación de mercados en el aula*. Esta

actividad ocupará la mayor parte del tiempo de la sesión, en torno a unos 30 minutos. El desarrollo del juego será el siguiente:

- 1) En primer lugar, se debe dividir a la clase en pequeños equipos, como se ha indicado previamente, estarán formados por alumnos que contengan las mismas cartas de productos.
- 2) En segundo lugar, a cada grupo se le entregará una carta que contiene una serie de palabras prohibidas, acompañada de una carta que contiene un segmento de mercado específico. Entonces, el juego consistirá en que cada grupo deberá crear un mensaje para el segmento de mercado asignado. El mensaje será de libre formato, tanto un anuncio, un slogan, un logo, una canción, un spot, etc. Sin embargo, en el mensaje no se pueden emplear las palabras prohibidas. El alumnado dispondrá del tiempo restante de la sesión para el diseño de dicho mensaje.
- 3) En una siguiente sesión en el aula, cada grupo presentará a la clase el mensaje-segmento. La presentación del mensaje no podrá superar los 3 minutos. Y el juego consistirá en que cada grupo de la clase adivine a que segmento se dirigen sus compañeros. Por este motivo, se reparten las cartas de palabras prohibidas para que sea más complicado que el resto de grupos adivinen el segmento al que se dirigen.

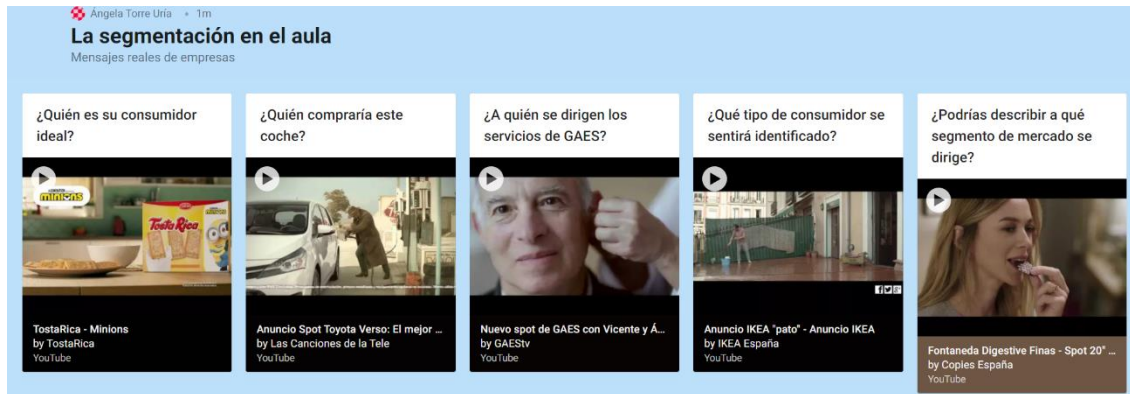
De tal forma que, si el producto es, por ejemplo, unas gafas de sol Rayban, el segmento de mercado, que el resto de la clase desconoce es la generación del silencio, de 70-80 años de edad. Las palabras prohibidas, que no podrán usar será protección de la vista, para que no resulte tan obvio.

Ganará el equipo que consiga mayor puntuación. La puntuación la podrán conseguir de dos formas. Por un lado, por cada acierto sobre el segmento de mercado al que se dirigen sus compañeros, el equipo ganará 10 puntos. Y, por otro lado, en el momento de la exposición el profesor/a otorgará una puntuación a cada equipo, basándose en una rúbrica, dónde valorará una serie de ítems que se explicarán en el apartado de Evaluación de la Innovación- Por lo tanto, en esta sesión tendrán lugar las exposiciones del mensaje de todos los grupos y la ronda de valoraciones, indicando el puesto que ha conseguido cada grupo.

- *El momento “después de la sesión en el aula”:*

Tras finalizar la sesión presencial, desde los respectivos hogares, cada alumno, entrará en la plataforma digital Padlet. Dónde se dejará un espacio con mensajes de cinco empresas distintas en formato anuncio. Los alumnos y alumnas deberán investigar y señalar a que segmento de mercado se dirigen. Pudiendo corregirse unos a otros. El enlace al Padlet se indica en el Anexo 2 y en la Figura 4.2 se puede visualizar una captura de pantalla del Padlet empleado en las prácticas.

Figura 4.2.- Padlet Segmentación de mercados



Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, durante la estancia de prácticas en el IES, se ha desarrollado la propuesta de innovación. Y, por tanto, resulta interesante aportar los siguientes resultados:

En el momento “durante la sesión en el aula”, una vez después, de entregar a cada grupo las tres cartas de los tres mazos del juego, 3 de los grupos que conformaron la clase, obtuvieron los siguientes resultados, recogidos en la Tabla 4.2, que se puede visualizar a continuación:

Tabla 4.2.- Reparto de las cartas de Gamificación

Grupo	Producto	Palabra Prohibida	Segmento
1	Gafas de sol Rayban	Protección de la vista Tendencia	Generación del silencio (70-87 años)
2	Cámara Reflex	Capturas    Experiencias	Millenials (18-34 años)
3	Mochila de ruedas	Maleta    Viaje Comodidad	Generación X (35-50 años)

Fuente: Elaboración propia



Los resultados obtenidos fueron mejores de los esperados, los chicos y chicas se implicaron totalmente en la actividad, la desarrollaron con ilusión, fueron muy originales y el juego estuvo reñido. Los estudiantes comprendieron perfectamente que era la segmentación de mercados y, de hecho, en otras sesiones de Economía de la Empresa introdujeron el concepto para relacionarlo con otras unidades didácticas.

#### 4.5. Plan de actividades

Como se ha indicado en la propuesta de innovación, al combinar la metodología Flipped Learning y la metodología de Gamificación, el aprendizaje se estructura en tres momentos. En concreto, se ha desarrollado una aplicación de esta innovación: “*La segmentación de mercados en el aula*” y en este apartado, se desglosarán las actividades a desarrollar en cada momento de aprendizaje. No obstante, sería conveniente aplicar esta metodología en cada una de las unidades didácticas de la que consta la materia de Economía de la Empresa, diseñando sus propias actividades.

- Actividad del tercer trimestre: U.D 8 El Departamento Comercial y de Marketing.
- Fechas aproximadas: 20 de febrero al 27 de febrero.

La Tabla 4.3 recoge las actividades diseñadas para la aplicación de la innovación.

Tabla 4.3.-Plan de Actividades

Antes de la clase		Durante la clase		Después de la clase
Visualización del Video: segmentación de mercados”	- “La segmentación de mercados”	- Elaboración del Buyer Persona de forma individual.	- Juego de “La segmentación de mercados”. 2 sesiones de 45 minutos cada una: a) Elaboración del mensaje segmento. b) Exposición del mensaje y valoraciones.	Participación en el Padlet “Segmentación de mercados” de forma colaborativa.

Fuente: Elaboración propia

#### **4.6. Agentes implicados**

Los agentes que participarán en la implementación de la innovación serán el docente y todos los alumnos y alumnas de la materia de Economía de la Empresa del segundo curso del Bachillerato de Ciencias Sociales.

#### **4.7. Formación, materiales de apoyo y recursos necesarios**

Como se ha reflejado a lo largo del presente documento, para el desarrollo de la técnica de Flipped Learning, el docente le proporciona los materiales necesarios al alumnado. La mejor condición de estos materiales será la digital, puesto que, favorecerá que los estudiantes trabajen la Competencia Digital (CD) y les resultará más atractivo que leer un artículo impreso. En adición, si el formato es de video de breve duración facilitará el aprendizaje y el seguimiento del contenido por parte de los alumnos y alumnas. El docente deberá poseer un buen dominio de las TIC, con el fin de navegar en la red y seleccionar los videos o recursos necesarios. Además, si el video es de elaboración propia del docente supondrá una mayor implicación por parte de los estudiantes, puesto que, estos percibirán que su docente ha dedicado tiempo a la elaboración de materiales y ellos mismo también lo dedicarán a su visualización y comprensión.

Por otra parte, se ha mencionado que habrá un *momento después de la sesión en el aula*, en la que los estudiantes resolverán una tarea en casa para reforzar lo aprendido. Para la resolución de las tareas se puede recurrir a herramientas digitales que tengan la opción de trabajo colaborativo.

En definitiva, para la buena aplicación de la metodología Flipped Learning será necesario que los docentes se formen en tecnología digital y dominen las TIC.

En el caso de la actividad de Gamificación, esta será aplicada con el contenido de materia que obviamente el docente conoce en profundidad. Sin embargo, sería conveniente que trabajara sus habilidades comunicativas para conseguir apelar al sentimiento de emoción del alumnado que conlleva el desarrollo de una nueva actividad.

En cuanto a los recursos necesarios para el desarrollo de esta propuesta de innovación serán necesarios los siguientes:

Por un lado, para aplicar la metodología Flipped Learning, se recurrirá a dispositivos electrónicos, el docente deberá comprobar que todos sus estudiantes disponen de un ordenador, Tablet o teléfono móvil. El profesor/a deberá recopilar una

serie de materiales ya sean artículos, blogs o vídeos informativos, de elaboración propia o ajena. Además, de una serie de plataformas de trabajo colaborativo.

Por otro lado, para el desarrollo de la actividad de Gamificación se requiere la elaboración de una plantilla de Buyer Persona (Anexo 3). Este concepto adoptado de la lengua inglesa, hace referencia a la definición del consumidor ideal de un producto.

Para el desarrollo de la actividad, también serán necesarios tres mazos de cartas: un mazo de cartas con distintos productos, otro con distintos segmentos de mercados y un último mazo con distintas palabras prohibidas. Las cartas podrán ser de cartulina y su elaboración será muy sencilla. En cuanto al número de cartas de cada mazo: serán necesarias tantas cartas de producto como alumnos/as formen la clase. Respecto al mazo de segmentos de mercado y de palabras prohibidas, será en función del número de grupos de trabajo que se formen en la clase. Se adjunta una imagen de las cartas que se emplearon en el desarrollo de la actividad en el IES de prácticas (Figura 4.3).

Figura 4.3.- Tarjetas de segmentación



Fuente: Elaboración propia

#### **4.8. Evaluación y seguimiento de la innovación**

Respecto a la evaluación de la propuesta de innovación, se dividirá en tres partes:

Un 10% corresponderá a la entrega de la ficha de Buyer Persona completada de forma coherente. Esto es relevante debido a que dos de los objetivos de aprendizaje son relativos a adquirir conocimientos sobre la segmentación de mercados que permiten la elaboración del Buyer Persona.

Un 70% corresponde al juego de segmentación en el aula. Esta será una nota grupal, que dependerá de los puntos que consiga cada grupo al acertar el segmento de sus compañeros. Y, además, de la puntuación otorgada por el docente. La puntuación del docente se medirá en una función de la presente rúbrica (Tabla 4.4). Las variables de la rúbrica serán la exposición oral siguiendo con la idea de que uno de los objetivos de aprendizaje es mejorar la habilidad comunicativa del alumno. Se valorará también el trabajo en equipo como indica un objetivo de aprendizaje. Con el objetivo de valorar si se adquieren los conocimientos sobre la segmentación de mercados y su aplicación, se evaluará si el mensaje dirigido al segmento de mercado es el adecuado. Se hará hincapié en si han empleado las TICs, valorando, por tanto, el objetivo de aprendizaje de Emplear las Tecnologías de la Información y la Comunicación y aplicarlas a la actividad empresarial. Además, se tiene en cuenta que se cumplan las normas del juego.

El 20% restante corresponde a la participación en el Padlet. Dónde al recoger mensajes reales de empresas, se espera que el alumnado adquiriera el objetivo de aprendizaje de apreciar el papel de las empresas para la satisfacción de las necesidades humanas. Observando sus estrategias, después de investigar e innovar en el mercado.

Finalmente, la nota final de la actividad supondrá un porcentaje de la nota de evaluación del alumno del respectivo trimestre, dependiendo de la programación didáctica diseñada por cada Departamento de Economía. En el caso de la programación de elaboración propia recogida previamente en el presente documento, el contenido de la actividad pertenece a una unidad didáctica del tercer trimestre. Y, por tanto, la actividad corresponde a un porcentaje de la nota de evaluación de dicho trimestre. Es decir, la evaluación del tercer trimestre se divide en tres partes: una prueba escrita cuya ponderación es el 70%, actividades valoradas mediante rúbricas 30% y participación recogida mediante una escala estimativa 10%. Dentro de las actividades valoradas mediante rúbricas se recoge la presente propuesta de innovación, cuyo valor es el doble

que el resto de actividades que realizan los alumnos y alumnas a lo largo del tercer trimestre.

Tabla 4.4.- Rubrica para evaluar la actividad

ASPECTOS	4 EXCELENTE	3 SATISFACTORIO	2 MEJORABLE	1 INSUFICIENTE
<b>Exposición oral</b>	El tiempo de exposición se ha aprovechado muy bien para comunicar el mensaje. El volumen y la postura es muy adecuada. Realmente capta la atención de sus compañeros	El tiempo de exposición se ha aprovechado bastante bien para comunicar el mensaje. El volumen y la postura es adecuada. Capta bastante la atención de sus compañeros.	El tiempo de exposición no se ha aprovechado bastante bien para comunicar el mensaje. El volumen y la postura es poco apropiada. Capta poco la atención de sus compañeros.	El tiempo de exposición se ha aprovechado mal, no se ha comunicado el mensaje. El volumen y la postura no es apropiada. No capta la atención de sus compañeros.
<b>Colaboración y contribución del equipo</b>	El grupo siempre escucha, apoya y motiva el esfuerzo de sus miembros. Con frecuencia valora el trabajo del resto de grupos.	El grupo generalmente escucha, apoya y motiva el esfuerzo de sus miembros. Normalmente valora el trabajo del resto de grupos.	El grupo a veces escucha, apoya y motiva el esfuerzo de sus miembros. Algunas veces valora el trabajo del resto de grupos.	El grupo casi nunca escucha, apoya y motiva el esfuerzo de otros. Nunca valora el trabajo del resto de grupos.
<b>Mensaje que transmite el equipo</b>	El mensaje es muy atractivo y original. Presenta la información de forma muy clara, siendo muy adecuado para el segmento de mercado objetivo.	El mensaje es bastante atractivo y original. Presenta la información de forma bastante clara, siendo adecuado para el segmento de mercado objetivo.	El mensaje es poco atractivo y original. Presenta la información de forma poco clara siendo poco adecuado para el segmento de mercado objetivo.	El mensaje no es atractivo, ni original. No presenta la información de forma clara, no es adecuado para el segmento de mercado objetivo.

<b>Cumplen las normas del juego</b>	Respetan adecuadamente las normas del juego. Nunca han empleado las palabras prohibidas. Han ocultado la identidad de sus segmentos de mercado toda la partida.	Respetan bastante las normas del juego. Han respetado dos de las palabras prohibidas. Han comunicado a un grupo la identidad de su segmento de mercado.	Respetan poco las normas del juego. Tan sólo no han utilizado una de las palabras prohibidas. Han comunicado a más de dos grupos la identidad de su segmento de mercado.	No respetan las normas del juego. Han usado todas las palabras prohibidas. Han desvelado a todos los grupos la identidad de su segmento de mercado.

Fuente: Elaboración propia

#### 4.9. Síntesis valorativa

A continuación, se procede a valorar la propuesta de innovación expuesta.

A través de los resultados de la experiencia de llevarlo a la práctica durante el desarrollo de la asignatura del Prácticum, se puede concluir que la utilización de las metodologías innovadoras y activas en la enseñanza de la asignatura de Economía de la Empresa, incrementa en gran medida la motivación del alumnado. La razón es que la realización de una de las funciones de un trabajador del departamento de Marketing, una de las áreas de las que se compone la empresa, supone que los contenidos económicos/empresariales sean percibidos por el alumnado de una forma menos abstracta, lo que genera como resultado una mayor atracción por la asignatura.

Asimismo, se considera que la propuesta de innovación posee como punto fuerte la capacidad para trabajar la cohesión de grupo-clase. Esto se debe a que la actividad desarrollada en el espacio de clase es de carácter grupal, lo que fomenta la comunicación entre los compañeros y el trabajo de las habilidades de cooperación. En adición, los productos que se recogen en las cartas pueden ser muy variados, cabiendo la posibilidad de introducir productos de otras culturas, sería muy interesante emplear productos de todas las nacionalidades de los integrantes del grupo-clase, esto fomentará la diversidad cultural, provocando una mayor integración de todo el alumnado.

En cuanto a los puntos débiles de la innovación, cabe destacar que la implementación de este tipo de actividades supone que se requiera más tiempo del

programado para trabajar los contenidos. A su vez, un mayor tiempo también favorece la comprensión de los conceptos y el recuerdo de los mismos.

Un aspecto a mejorar ha sido el de no haber realizado una encuesta de satisfacción al alumnado con el que se implementó el proyecto. Esto hubiera permitido una medición más exacta de los resultados. Sin embargo, se considera que la innovación es viable, que ha superado las expectativas y que enriquece el proceso de enseñanza-aprendizaje del alumnado.

#### **4.10. Otras aplicaciones**

En la unidad didáctica 9 *El Departamento de Recursos Humanos*, se podría implementar de forma sencilla esta metodología activa innovadora. Introduciendo, además, el contenido transversal de igualdad de género. Se podrá diseñar una actividad que tenga como objetivo que el alumnado ponga en práctica una de las funciones del departamento de Recursos Humanos: la función de reclutamiento y selección de los trabajadores que van a formar parte de la empresa. Además, de indagar en la cuestión de la brecha de género existente en el mercado laboral y en el contenido de conflictos de intereses y vías de negociación.

Al combinar la metodología de Flipped Learning y de Gamificación se estructura el aprendizaje en los siguientes momentos:

- *Momento antes de la sesión en el aula*

El alumnado visualizará un vídeo sobre la brecha de género en el mercado laboral elaborado por el Instituto Nacional de Estadística (INE). El enlace al vídeo se localiza en el Anexo 4 del documento.

Además, el alumnado deberá leer el artículo “*¿Qué es la brecha de género?*” publicado en el blog de *El Orden Mundial* (2020). El enlace al artículo se encuentra en el Anexo 5.

Una vez que, los estudiantes posean los conocimientos teóricos sobre la situación de desigualdad de género en el mercado laboral, resolverán un cuestionario diseñado en la plataforma Microsoft Forms sobre aspecto recogidos en estos dos medios.

Los estudiantes resolverán estas tres cuestiones en sus respectivos hogares.

- *Momento durante la sesión en el aula*

En el aula se implementará la metodología de Gamificación. Se diseñará un juego didáctico, en el que se aplicará a su vez la metodología del Role Playing.

El docente proporcionará a la clase una serie de puestos de trabajo de distintas especialidades y en distintas organizaciones públicas y privadas, con o sin ánimo de lucro.

Se dividirá al grupo-clase a la mitad, otorgando a una mitad el papel de entrevistador y a la otra mitad el del entrevistado.

El docente proporcionará una serie de cuestiones frecuentes, que se realizan en entrevistas de trabajo reales, para guiar a los estudiantes.

Los entrevistadores deberán seleccionar a aquella persona que haya defendido mejor su Currículum Vitae para acceder al puesto. Ganará el juego aquel estudiante que consiga un puesto de trabajo.

En una segunda sesión cada alumno/a que haya ganado el puesto de trabajo deberá iniciar una negociación con el entrevistador para negociar las características de su contrato, hasta llegar a un acuerdo. Para lo cual, se repartirá una infografía con las condiciones mínimas laborales establecidas en nuestro país.

- *Momento después de la sesión en el aula*

En sus respectivos hogares el alumnado reforzará los conocimientos adquiridos y visualizará la película “*Pago Justo*” y participará en el espacio compartido de la herramienta digital *Padlet*, dónde los estudiantes compartirán sus reflexiones acerca de la película con el resto de sus compañeros. El enlace al Padlet se encuentra en el Anexo 6.



## 5. CONCLUSIONES

Este último apartado supone la finalización del presente Trabajo Fin de Máster. No obstante, no cierra mi etapa de formación como futura profesora de Educación Secundaria en la especialidad de Economía.

El Máster de Formación del Profesorado en Educación Secundaria, Bachillerato y Formación Profesional es una oportunidad para aprender a enseñar. Esto supone aprender a acercar y adaptar la materia a los estudiantes; aprender a transmitir valores; aprender a comunicarse con el alumnado y; aprender a mostrar a los y las alumnas la importancia de adquirir conocimiento y aplicarlo a la vida, de ser críticos y autónomos, y de construir nuestro propio pensamiento.

Durante la elaboración del documento he sido consciente de todos los conocimientos teórico-prácticos adquiridos. He intentado reflejarlos y realizar mi aportación personal, elaborando una adecuada programación didáctica y propuesta de innovación docente, siguiendo la línea del tipo de profesora que me gustaría llegar a ser.

Espero que la innovación docente aportada anime a otros docentes a invertir sus clases, a presentar un conocimiento más práctico y a hacer más partícipe al alumnado en el proceso de enseñanza-aprendizaje. En concreto, este nuevo enfoque de enseñanza lo he adquirido gracias a la asignatura de *Enseñanza y Aprendizaje* del máster, en la que la actitud motivadora de la profesora me ha animado a continuar formándome en metodologías activas y en las TICs. En mi futuro como docente me gustaría impartir conocimiento adaptándome a las nuevas necesidades del alumnado y del mundo actual.

Este máster ha despertado en mí ilusión por adentrarme en el mundo de la enseñanza y sentir todas las sensaciones positivas que reporta conseguir aportar a la sociedad en general, y en concreto, ayudar y contribuir al aprendizaje de cualquier alumno o alumna.

## **6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

### **Normativa Estatal**

Ley orgánica 2/2006, 3 de mayo, de Educación. Madrid: M.E.C. (BOE, 4/05/2006).

Ley 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa. Madrid: M.E.C. (BOE, 10/12/2013).

Orden ECD/65/2015, de 21 de enero, por la que se describen las relaciones entre las competencias, los contenidos y los criterios de evaluación de la Educación Primaria, la Educación Secundaria Obligatoria y el Bachillerato. (BOE, 29/01/2015).

Real Decreto 83/1996, de 26 de enero, por el que se aprueba el Reglamento orgánico de los institutos de Educación Secundaria. (BOE, 21/02/1996).

Real Decreto 1105/2014, de 26 de diciembre, por el que se establece el currículo básico de la Educación Secundaria Obligatoria y del Bachillerato. (BOE, 3/01/2015).

Real Decreto-Ley 21/2020, de 9 de junio, de medidas urgentes de prevención, contención y coordinación para hacer frente a la crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19. (BOE 10/06/2020).

### **Normativa Autonómica**

Decreto 42/2015, de 10 de junio, por el que se regula la ordenación y se establece el currículo del Bachillerato en el Principado de Asturias. (BOPA, 29/06/2015).

Resolución de 26 de mayo de 2016, de la Consejería de Educación y Cultura, por la que se regula el proceso de evaluación del aprendizaje del alumnado de bachillerato y se establece el procedimiento para asegurar la evaluación objetiva y los modelos de los documentos oficiales de evaluación. (BOPA, 3/06/2016).

Resolución de 17 de septiembre de 2020, de la Consejería de educación, de primera modificación de la Resolución de 30 de julio de 2020, por la que se dispone la reanudación presencial de las clases en el curso escolar 2020-2021 y se aprueban las instrucciones de organización para el inicio de curso, que serán de aplicación hasta el fin de la crisis sanitaria ocasionada por la COVID-19. (BOPA, 18/ 09/ 2020).

Resolución de 30 de julio 2020, de la Consejera de Educación, por la que se dispone la reanudación presencial de las clases en el curso escolar 2020-2021 y se aprueban las

instrucciones de organización para el inicio de curso, que serán de aplicación hasta el fin de la crisis sanitaria ocasionada por la COVID-19. (BOPA, 31/07/2020).

### **Libros**

Bergmann, J., & Sams, A. (2012). *Flip your classroom: Reach every student in every class every day*. Editorial ISTE y ASCD.

Moyano, B. C., Morató, M. M., y Santos, J. (2019). La Gamificación en la educación superior. Aspectos a considerar para una buena aplicación. En P. Rivera-Vargas, P. Neut., P. Luccini, S. Pascual y P. Prunera (Ed.) *Pedagogías Emergentes en la Sociedad Digital.Vol.1. (pp.21-35)*. Albacete: LiberLibro Ediciones.

Santiago, R., y Bergmann, J. (2018). *Aprender al revés. Flipped Classroom 3.0 y Metodologías activas en el aula*. Barcelona, España: Paidós Educación.

### **Artículos**

Aguilera-Ruiz, C., Manzano-León, A., Martínez-Moreno, I., del Carmen Lozano-Segura, M., y Yanicelli, C. C. (2017). El modelo flipped classroom. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 4(1), 261-266.

Fernández, M. (2010). Importancia y elementos de la programación didáctica. *Hekademos: revista educativa digital*, (7), 5-22.

Guijarro, R. B. (1990). La atención a la diversidad en el aula y las adaptaciones del currículo. *Desarrollo psicológico y educación*, 411-438.

Madrid García, E. M., Angulo Armenta, J., Prieto Méndez, M. E., Fernández Nistal, M. T., y Olivares Carmona, K. M. (2018). Implementación de aula invertida en un curso propedéutico de habilidad matemática en bachillerato. *Revista Apertura (Guadalajara, Jal.)*, 10(1), 24-39.

Martínez-Olvera, W., y Esquivel-Gómez, I. (2018). Uso del modelo de aprendizaje invertido en un bachillerato público. *Revista de Educación a Distancia (RED)*, (58).

Pozo Sánchez, S., López Belmonte, J., Fuentes Cabrera, A., & López Núñez, J. A. (2020). Gamification as a methodological complement to flipped learning—an incident factor in learning improvement. *Multimodal Technologies and Interaction*, 4(2), 12.

Rodríguez, D. V., Mezquita, J. M. M., y Vallecillo, A. I. G. (2019). Metodología innovadora basada en la gamificación educativa: evaluación tipo test con la herramienta

Quizizz. *Profesorado, Revista de Currículum y Formación del Profesorado*, 23(3), 363-387.

Trigueros, I. M. G. (2018). Gamificación y tecnologías como recursos y estrategias innovadores para la enseñanza y aprendizaje de la historia. *Revista de Educación y Formación*, 3(8), 3-16.

### **Páginas web y Youtube**

Álavo, J. (5 de agosto de 2019). *La práctica del recuerdo y la Taxonomía de Bloom*. Evidencia en la escuela. <https://evidenciaenlaescuela.wordpress.com/2019/08/05/la-practica-del-recuerdo-y-la-taxonomia-de-bloom/>

*Círculo del aprendizaje a través de la experiencia o ciclo de aprendizaje de Kolb*. (27 de septiembre de 2018). Orientación Andújar. <https://www.orientacionandujar.es/2018/10/27/circulo-del-aprendizaje-a-traves-de-la-experiencia-o-ciclo-de-aprendizaje-de-kolb/>

Economía Trivial. (2019, 8 enero). *La Producción (el proceso productivo y los factores de producción)* [Archivo de Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=TFuQE2780Zk>

El Orden Mundial (19 de octubre de 2020). *¿Qué es la brecha de género?*. <https://elordenmundial.com/que-es-la-brecha-de-genero/>

I.N.E. (2021, enero 21). *Oviedo - Población: inmigrantes, emigrantes y otros datos sobre los habitantes de cada municipio*. Epdata. <https://www.epdata.es/datos/poblacion-inmigrantes-emigrantes-otros-datos-habitantes-cada-municipio/3/oviedo/5239>

I.N.E. (2016, abril 25). *La brecha de género* [Archivo de Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=T6tLDGRgJM>

Lule, M. (2003). *Analizar la práctica docente con dimensiones constructivistas: una experiencia de observación* [Trabajo universitario]. Universidad Veracruzana, Xalapa, Veracruz, México. <https://www.uv.mx/psicologia/files/2013/06/lulu.pdf>

## 7. ANEXOS DE LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN

### 7.1. Anexo 1 video explicativo “La segmentación de mercados”

El enlace al vídeo explicativo de elaboración propia, sobre la segmentación de mercados, que el alumnado debe visualizar en sus respectivos hogares antes de la sesión presencial es el siguiente: [https://youtu.be/AUs\\_bfAV6gw](https://youtu.be/AUs_bfAV6gw)

### 7.2. Anexo 2 Padlet “La segmentación en el aula”

El enlace a la herramienta digital colaborativa Padlet, al que deberán acceder los alumnos y alumnas para desarrollar la tarea en sus respectivos hogares después de la sesión presencial, es el siguiente: <https://padlet.com/uo284800/qmd687mzou5g9zv>

### 7.3. Anexo 3 plantilla Buyer Persona

**BUYER PERSON**

---

**DATOS DEMOGRÁFICOS**

Nombre: \_\_\_\_\_  
Edad: \_\_\_\_\_  
Sexo: \_\_\_\_\_  
Hijas: Sí  No

**DATOS GEOGRÁFICOS**

Nacionalidad: \_\_\_\_\_  
Ciudad / Pueblo donde reside: \_\_\_\_\_  
Idioma: \_\_\_\_\_

**DATOS SOCIOECONÓMICOS**

Estatus: \_\_\_\_\_  
Trabajo / Profesión: \_\_\_\_\_  
Clase social: \_\_\_\_\_  
Nivel de ingresos: \_\_\_\_\_

**DATOS PSICOGRÁFICOS**

Conciencia con el medio ambiente: Sí  No   
Exclusividad del producto: Sí  No   
Conciencia con el testado en animales: Sí  No   
Vegetariano/vegano: Sí  No

**COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**

Siempre compra la misma marca: Sí  No   
Le gusta probar productos nuevos: Sí  No   
Frecuencia de compra (semana/mes/año): \_\_\_\_\_  
¿Cuántas personas influyen en la decisión de compra? \_\_\_\_\_  
Necesidades que espera satisfacer con el producto: \_\_\_\_\_

---

#### **7.4. Anexo 4 vídeo brecha de género (INE)**

El enlace al vídeo explicativo de la brecha de género en el mercado laboral, elaborado por el INE, es el siguiente: <https://youtu.be/T6tLDGRgJM>

#### **7.5. Anexo 5 artículo EOM**

El acceso al artículo *¿Qué es la Brecha de género?* de EOM se encuentra en el siguiente enlace: [¿Qué es la brecha de género? - El Orden Mundial - EOM](#)

#### **7.6. Anexo 6 Padlet película “Pago Justo”**

El Padlet colaborativo al que debe acceder el alumnado es el siguiente: <https://padlet.com/uo284800/vlg5j4k7nu2mh3f>