



ANEXOS

RELATIVOS AL

TRABAJO FIN DE MASTER

Máster en profesorado de Educación Secundaria Obligatoria, Bachillerato, Formación Profesional y Enseñanzas de Idiomas, Artísticas y Deportivas

ESPECIALIDAD. FORMACION PROFESIONAL ADMINISTRACIÓN, COMERCIO, HOSTELERIA, INFORMÁTICA Y FOL.

| | |
|------------------|--|
| TITULO | Estudio y aplicación de las competencias en la habilitación para el profesorado. Investigación, innovación e implicación como retos del profesor del S.XXI. Study and application of competencies for teaching qualifications. Research, innovation and implication: 21 st century teacher challenges. |
| NOMBRE DEL AUTOR | Felipe Gonzalo Cortes. NIP. 465221 |
| TUTOR | Jesús Cuevas Salvador |
| CURSO ACADEMICO | 2016 - 2017 |



“El presente documento contiene los **ANEXOS** del “Trabajo Fin de Master” del Master en Profesorado de Educación Secundaria Obligatoria, Bachillerato, formación profesional y enseñanzas de idiomas, artísticas y deportivas, desarrollado como método de calificación el cual tiene una aplicación exclusiva de uso académica.”

Está formado por los siguientes documentos:

- Anexos del Trabajo.
- Trabajo seleccionado 1. **Innovación en Educación.**
- Trabajo seleccionado 2. **Diseño de actividades de una unidad de trabajo.**

“Ningún contenido del presente documento podrá ser copiado o publicado sin el previo consentimiento del autor”.

Felipe Gonzalo Cortés.

Junio 2017.

Anexos.

| | Página |
|--|---------------|
| Anexo 1. Proyecto de Definición y Selección de Competencias de la OCDE | 36 |
| Anexo 2. Competencias transversales y genéricas | 37 |
| Anexo 3. Cinco áreas de los retos que debe asumir el profesorado | 39 |
| Anexo 4. Relación de teorías de aprendizaje y autores | 40 |
| Anexo 5. Principales pedagogos progresistas del periodo histórico | 43 |
| Anexo 6. Cuadro explicativo PRACTICUM | 44 |
| Anexo 7. Temporalización | 45 |
| Anexo 8. Fundamentación teórica y normativa de las competencias adquiridas | 46 |

Trabajo 1. Innovación en Educación.

Trabajo 2. Diseño de actividades de una unidad de trabajo

ANEXOS.

1. Proyecto de Definición y Selección de Competencias (DeSeCo) de la OCDE.

Viene de la página 7 del Trabajo Fin de Master (TFM).

<http://deseco.ch/bfs/deseco/en/index/03/02.parsys.78532.downloadList.94248.DownloadFile.tmp/2005.dscexecutivesummary.sp.pdf>

Competencia: *“la capacidad de responder a demandas complejas y llevar a cabo tareas diversas de forma adecuada. La competencia supone una combinación de habilidades prácticas, conocimientos, motivación, valores éticos, actitudes, emociones, y otros componentes sociales y de comportamiento que se movilizan conjuntamente para lograr una acción eficaz. Se contempla, como conocimiento en la práctica, es decir, un conocimiento adquirido a través de la participación activa en prácticas sociales y, se pueden desarrollar tanto en el contexto educativo formal, a través del currículo, como en los no formales e informales.”* DeSeCo (2003):

2. Competencias transversales y genéricas indicadas en la Orden ECI/3858/2007, de 27 de diciembre.

Viene de la página 8 del TFM.

1. Conocer los contenidos curriculares de las materias relativas a la especialización docente correspondiente, así como el cuerpo de conocimientos didácticos en torno a los procesos de enseñanza y aprendizaje respectivos. Para la formación profesional, como es mi caso, se incluirá el conocimiento de las respectivas profesiones.

2. Planificar, desarrollar y evaluar el proceso de enseñanza y aprendizaje potenciando procesos educativos que faciliten la adquisición de las competencias propias de las respectivas enseñanzas, atendiendo al nivel y formación previa de los estudiantes así como la orientación de los mismos, tanto individualmente como en colaboración con otros docentes y profesionales del centro.

3. Buscar, obtener, procesar y comunicar información (oral, impresa, audiovisual, digital o multimedia), transformarla en conocimiento y aplicarla en los *procesos de enseñanza y aprendizaje* en las materias propias de la especialización cursada.

4. Concretar el currículo que se vaya a implantar en un centro docente participando en la planificación colectiva del mismo; desarrollar y aplicar metodologías didácticas tanto grupales como personalizadas, adaptadas a la diversidad de los estudiantes.

5. Diseñar y desarrollar espacios de aprendizaje con especial atención a la equidad, la educación emocional y en valores, la igualdad de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres, la formación ciudadana y el respeto de los derechos humanos que faciliten la vida en sociedad, la toma de decisiones y la construcción de un futuro sostenible.

6. Adquirir estrategias para estimular el esfuerzo del estudiante y promover su capacidad para aprender por sí mismo y con otros, y desarrollar habilidades de

pensamiento y de decisión que faciliten la autonomía, la confianza e iniciativa personales.

7. Conocer los procesos de interacción y comunicación en el aula, dominar destrezas y habilidades sociales necesarias para fomentar el aprendizaje y la convivencia en el aula, y abordar problemas de disciplina y resolución de conflictos.

8. Diseñar y realizar actividades formales y no formales que contribuyan a hacer del centro un lugar de participación y cultura en el entorno donde esté ubicado; desarrollar las funciones de tutoría y de orientación de los estudiantes de manera colaborativa y coordinada; participar en la evaluación, investigación y la innovación de los procesos de enseñanza y aprendizaje.

9. Conocer la normativa y organización institucional del sistema educativo y modelos de mejora de la calidad con aplicación a los centros de enseñanza.

10. Conocer y analizar las características históricas de la profesión docente, su situación actual, perspectivas e interrelación con la realidad social de cada época.

11. Informar y asesorar a las familias acerca del proceso de enseñanza y aprendizaje y sobre la orientación personal, académica y profesional de sus hijos.

3. Cinco áreas de los retos que debe asumir el profesorado según la Comisión Europea. Memoria Master profesorado Universidad de Zaragoza (2009).

Viene de la página 9 del TFM.

1. Promover nuevos aprendizajes que contribuyan a la educación de los alumnos junto con el desarrollo de competencias de los alumnos, el aprendizaje a lo largo de la vida, y unir el desarrollo de las nuevas competencias curriculares con el aprendizaje de una materia específica.

2. Reestructurar el trabajo en el aula, garantizando que se atiende a la diversidad social, cultural y étnica de los estudiantes; se organizan ambientes ricos de aprendizaje; se facilitan los procesos de aprendizaje; y se trabaja en grupo y en equipo con los profesores y con otros profesionales que estén involucrados en los procesos de aprendizaje de los alumnos.

3. Trabajar “más allá” de la clase. En este sentido, la colaboración con los padres y con otros agentes sociales es de capital importancia.

4. Integrar las tecnologías de la información y de la comunicación en situaciones de aprendizaje formal y en la práctica profesional.

5. Actuar como profesionales incrementando la responsabilidad individual, fomentando la investigación y la resolución de problemas, y asumiendo una mayor responsabilidad en el desarrollo profesional desde una perspectiva de formación a lo largo de la vida.

4. Relación de teorías de aprendizaje y autores.

Viene de la página 13 del TFM. También referenciado en la página 24 del TFM.

- Concepto de **metodologías activas**.

Autores: Pestalozzi (1746 – 1827), Herbart, Fröebel, Dewey.

Según López (2005), son “*un proceso interactivo basado en la comunicación profesor-estudiante, estudiante-estudiante, estudiante-material didáctico y estudiante-medio que potencia la implicación responsable de este último y conlleva la satisfacción y enriquecimiento de docentes y estudiantes*”.

Nuestro proyecto de innovación consistía en utilizar una metodología activa, en la que el alumno debe formar parte activa de su aprendizaje. Para ello se establece un método de trabajo denominado como “*la clase invertida*” y el concepto de *flipped classroom*.

- Concepto de **aprendizaje significativo**.

Autor: Ausbel.

Tipo de aprendizaje en el que un estudiante relaciona la información nueva con la que ya posee; reajustando y reconstruyendo ambas informaciones, donde la estructura de los conocimientos previos condiciona los nuevos conocimientos y experiencias, y éstos, a su vez, reestructuran los primeros.

Aplicar los conocimientos, haciendo relación a conceptos ya vistos en otras asignaturas u otros temas del libro como a través de experiencias como la clase fuera de aula donde se permite relacionar y aplicar los conceptos teóricos vistos en

- Concepto de “**flipped classroom**” o “*clase invertida*”.

Autores: Bergmann y Sams, 2014.

Modelo pedagógico que plantea la necesidad de transferir parte del proceso de enseñanza y aprendizaje fuera del aula con el fin de utilizar el tiempo de clase para el desarrollo de procesos cognitivos de mayor complejidad, que favorezcan el aprendizaje significativo.

- Concepto de **educación inclusiva**.

Autores: Warnock 1978, UNESCO, Salamanca, 1994. Booth T. y Ainscow M., 2002.

Es considerada como un proceso que toma en cuenta y responde a las diversas necesidades asociadas a la discapacidad y al ambiente, pero no exclusivamente a ellas. Esto implica que las escuelas deben reconocer y responder a las diversas necesidades de los estudiantes sin distinción de raza, fe o condición social y cultural.

- Concepto de “**Nueva Escuela**” o “**educación progresista**”.

Autor¹⁸. Jean-Jacques Rousseau

Movimiento pedagógico de carácter progresista, críticos con la educación tradicional surgido a finales del siglo XIX y convirtiéndose en dominante en las reformas educativas planteadas en el contexto intelectual de la revolución de 1968. Basada en los principios de la *psicología del desarrollo*, donde se busca y promueve el interés del alumno como prerrequisito para que se produzca el aprendizaje, donde el maestro actúa como auxiliar del desarrollo libre y espontáneo del alumno y se propone la individualización de la enseñanza.

- Concepto de **alineamiento constructivo**. Concepto de **Niveles de profesor**.

Autor. John Biggs. 2005.

Se promueve un aprendizaje profundo en los alumnos, donde el profesor tendrá que hacer corresponder entre sí, los objetivos, los contenidos, las actividades y la evaluación.

El objetivo del proyecto era establecer bases para poder desarrollar un nivel de profesor 3, donde el profesor se preocupa de lo que el alumno HACE, antes, durante y después.

- Concepto de **Taxonomía SOLO**.

Autor. John Biggs. 1982.

Establece resultados observables del aprendizaje en cinco niveles. Durante nuestro proyecto, aunque en la fase de observación se establecen los niveles del 1 al 3, el objetivo con la metodología es el desarrollo de los niveles 4 y 5.

- Concepto de **paradigmas educativos**.

Autores. Thomas Kuhn, Hernández Rojas.

¹⁸ Anexos. Listado de los principales pedagogos “progresistas”. Página 43

Conjunto de prácticas que definen una disciplina científica durante un período específico de tiempo. Un paradigma educativo es un determinado marco desde el cual poder analizar el contexto educativo, comprenderlo, interpretarlo e intervenir sobre él aportando reflexiones e ideas para hacer frente a las distintas problemáticas educativas.

En relación a este concepto se observó principalmente el modelo conceptual, aunque en algunos profesores se observaron paradigmas cognitivos con la imposibilidad de determinar otros paradigmas cuando el alumno es un ente pasivo el 90% de la duración de la clase. Nuestro objetivo era motivar paradigmas del tipo contextual, cognitivo, humanista, constructivista e innovador.

- Concepto del *efecto pigmalión*.

Autores: Rosenthal y Jacobson, 1968. Ashton, 1985.

"*Las expectativas y previsiones de los profesores sobre la forma en que de alguna manera se conducirían los alumnos, determinan precisamente las conductas que los profesores esperaban.*" Para ello, es imprescindible la motivación del docente como cómplice en las expectativas creadas en sus alumnos, (Rosenthal, 1968), ya que aquellos profesores que se creen capaces de sacar adelante incluso a los alumnos más difíciles, son los que tienen alumnos más motivados (Ashton, 1985).

Por su transversalidad con varios de los conceptos teóricos expuestos me parece interesante mencionar a **Piaget** y su **teoría del aprendizaje**, ya con este tipo de metodologías; *metodologías activas, aprendizaje significativo, educación progresista*, o la *Taxonomía SOLO*, "*el sujeto interactúa con el objeto de conocimiento*" (*cognitivismo*).

5. Principales pedagogos progresistas del periodo histórico¹⁹.

Viene de la página.

- **Claparède, Édouard**. Planteó la necesidad de promover la actividad del niño en el aula.
- **Bovet, Pierre** (1878-1965). Primer director de la Académie De Genève o Institut Jean-Jacques Rousseau (Escuela de Ginebra), donde colaboró con Claparède y Piaget.
- **Decroly, Ovide**, creador de los centros de interés.
- **Dewey, John**. Nueva Escuela.
- **Ensor, Beatrice**. Partidaria de la teosofía, fue cofundadora de la Ligue internationale pour l'éducation nouvelle y participó con A. S. Neill en Education for the New Era, la versión inglesa de la revista Pour l'ère nouvelle.
- **Ferrière, Adolphe**. Fundó en Lausana una escuela experimental (La Forge), que tuvo que abandonar a causa de su sordera. y fue cofundador de la Ligue internationale pour l'éducation nouvelle.
- **Freinet, Célestin**. Maestro de escuela, desarrolló una pedagogía realista centrada en el niño, sus intereses y sus posibilidades. Planteaba que el trabajo dentro de la escuela era esencial como herramienta de aprendizaje, por lo que promovió en los curricula actividades de imprenta escolar, cooperativas y textos libres.
- **Heart Kilpatrick, William** (discípulo de Dewey, método de proyectos)
- **Illich, Iván**. La sociedad desescolarizada.
- **Indalecio Cardozo, Ramón** (responsable de la reforma educativa en Paraguay en los años 1920)
- **Kerschensteiner, George**. Fundó la Escuela del Trabajo, proponiendo el aprendizaje a través de la experiencia y la educación social.
- **Makarenko, Antón**. (pedagogía soviética)
- **Montessori, María**. El alumnado debía de ser el único protagonista de la educación. Consideraba necesaria la conexión entre familia y escuela; y la elaboración de materiales escolares que desarrollaran los sentidos y la inteligencia.
- **Thomas Alexander, Richard**. Discípulo de Dewey, fundó el New College for the Education of Teachers que funcionó dentro del Teachers College de la Universidad de Columbia entre 1932 y 1939.

¹⁹ https://es.wikipedia.org/wiki/Pedagog%C3%ADa_progresista

6. Cuadro explicativo PRACTICUM.

Viene de la página 14 del TFM..

| ¿Qué se va a hacer? | ¿Cómo se va a hacer? | ¿Para qué se va a hacer? |
|---|--|--|
| Actividad de presentación y cohesión de grupo. | <ul style="list-style-type: none"> • Frases de motivación • Videos | <ul style="list-style-type: none"> • Integrar y unir al grupo • Empoderar al grupo • Motivar al grupo |
| Valoración inicial de conceptos básicos sobre el tema | <ul style="list-style-type: none"> • Presentación tema • Explicar cómo se va a estructurar la unidad • Lluvia de ideas sobre el concepto de marketing • Kahoot de conceptos | <ul style="list-style-type: none"> • “Romper el hielo” e inicio del tema • Conocer conocimientos previos. • Crear predisposición por la materia |
| Exposición de contenidos de la programación | PowerPoint complementado con imágenes y vídeos | Seguir la programación y conceptos teóricos del tema |
| Experimentar el marketing sensorial | <ul style="list-style-type: none"> • Gusto. Identificación de sabores de productos. • Olfato. Identificación de olores de productos. • Vista. Identificación de marcas comerciales. • Oído. Identificación de sonidos comerciales. • Tacto. Identificación táctil de productos. | Que conozcan como las empresas trabajan para aumentar su relación con los clientes experimentando qué es el marketing. |
| Actividad en la calle | Recorrer la calle del instituto observando acciones de marketing de los comercios existentes | Veán ejemplos reales y cercanos de cómo las empresas implementan los conceptos aprendidos en clase. |
| Evaluación | <ul style="list-style-type: none"> • Kahoot • Porfolio / Diario • Prueba evaluación | Que comprueben que han adquirido los conocimientos que han estado trabajando a lo largo de la unidad |

7. Temporalización.

Viene de la página 14 del TFM.

| TEMAS | LUNES | MARTES | VIERNES | LUNES | MARTES | VIERNES |
|--|-------------------------------|---------------------|----------------|--------------|-----------------------|------------------|
| Presentación. Conocimiento del grupo. Técnicas de cohesión | Atención diversidad | | | | | |
| Presentación de la Unidad | Kahoot | | | | | |
| Conocer el Mercado, función comercial y concepto de marketing. | | Marketing sensorial | | | | |
| Qué es el Plan de marketing. Imagen y cultura de empresa: Responsabilidad social corporativa | | | | | | |
| El producto y sus estrategias. El precio y sus estrategias | | | | | | |
| La distribución. Estrategias de comunicación con el cliente. | | | | | | |
| La clase fuera del aula. | | | | | Actividad en la calle | |
| Actividades de refuerzo y ampliación | Portfolio - Diario asignatura | | | | | Kahoot |
| Conclusiones y evaluación. | | | | | | Entrega material |

8. Fundamentación teórica y normativa de las competencias adquiridas.

Viene de la página 16 del TFM.

- **El Sistema Nacional de Cualificaciones.**

Elijo en primer lugar esta asignatura por su singularidad dentro de nuestra especialidad como futuros profesores de formación profesional, ya que es necesario, básico y fundamenta conocer el *Sistema Nacional de Cualificación Profesional y Formación Profesional (SNCFP)* ya que es a partir de este se estructura donde se organiza y coordina la oferta formativa del ámbito de la formación profesional.

Normativa, estructura, conceptos y terminología son básicos para desarrollar las competencias permitiendo además evaluar permanentemente el sistema y su calidad así como analizar la interrelación existente entre las demandas del propio mercado de trabajo y las ofertas de formación ofrecidas por los centros educativos. El objetivo es la obtención de una cualificación con el fin de acceder al mercado laboral siendo para ello muy importante conocer los diversos itinerarios formativos que favorezcan el acceso al mercado de trabajo, así como facilitar la flexibilidad laboral de los estudiantes y su movilidad, si así lo considera, dentro de Europa tal y como promulga la propia Comisión Europea y que podemos ver recogido en una publicación de la Comisión Europea (2010). “*Europa 2020. Una estrategia para un crecimiento sostenible, inteligente e integrador.* Esta asignatura también es clave para entender y por lo tanto poder promover el aprendizaje a lo largo de la vida que hemos de inculcar en los alumnos.

Para ello es clave conocer el *Instituto Nacional de Cualificaciones (INCUAL)* y el manejo de diversas webs que ofrecen información sobre cualificaciones profesionales o itinerarios formativos, como las del propio INCUAL (https://www.educacion.gob.es/educa/incual/ice_incual.html), la *Agencia Aragonesa de Cualificaciones Profesionales* (<http://servicios.aragon.es/pwac>) y el portal de la FP tanto a nivel estatal (<http://todopf.es>), como de Aragón (<http://fp.educaragon.org>).

En relación a la bibliografía, ha sido interesante consultar algunos de estos títulos por su transversalidad de la asignatura con la propia asignatura, la profesión docente, otras asignaturas y la realidad social del sistema educativo.

- Gonzalo, V. (2005). La educación para el empleo. Un criterio pedagógico para la formación. Salamanca: Tempora.
- Homs, O. (2008). La formación profesional en España: Hacia la sociedad del conocimiento. Colección Estudios sociales nº 25. Barcelona: Fundación La Caixa.
- Medina, O. y Sanz, F. (2009). El reconocimiento y la acreditación de la experiencia. *Teoría Educativa*, 2, 165-193.
- Moya, J. y Luengo, F. (Coords.) (2011). Teoría y práctica de las competencias básicas. Barcelona: Graó.

Sobre las competencias esta asignatura ha permitido conocer el *Contexto de la actividad docente*, el *Diseño curricular* y el *Conocimiento de la normativa y su organización institucional*.

¿Qué peso y aplicabilidad ha tenido esta asignatura en el desarrollo de los trabajos elegidos? Aunque en principio no lo parezca, estar inmersos en la Formación Profesional, esta asignatura nos ha permitido entender una contextualización en el currículum oficial de la clase sobre la que aplicar las actividades y el proyecto de innovación, así como conocer lo relativo a la normativa y poder establecer una justificación a los trabajos realizados.

- **Contexto de la actividad docente.**

En segundo lugar hacemos mención a esta asignatura ya que permite complementar la primera asignatura presentada por su importancia en lo relativo a la competencia fundamental específica para que el futuro docente se integre en la propia profesión, conociendo los contextos en los que se desarrolla la profesión, con especial atención al centro educativo, su marco sociopolítico, legislativo y administrativo junto con la interrelación sociedad-familia-educación. La asignatura permite un repaso del Sistema Educativo Español y sus referentes legislativos, conociendo las características históricas de la profesión docente, su situación actual y perspectivas e interrelación con la realidad social de cada época como competencia transversal.

Esta inmersión nos ha permitido conocer la estructura de la Formación Profesional tanto en lo relativo a la educación obligatoria como en la post-obligatoria, comprendiendo tanto su marco legal e institucional, como su situación y retos en la

sociedad actual, así como los contextos sociales y familiares que rodean, condicionan e inciden en el desempeño docente. También nos ha enseñado a comprender y cuestionar el modelo de profesor que demanda la sociedad actual; sus competencias, la necesidad de un compromiso ético y deontológico del profesorado. En íntima relación con el primer Practicum, nos mostró la relevancia de identificar y aplicar la normativa del sistema educativo, los elementos básicos del modelo organizativo de los centros educativos y modelos de mejora de la calidad con aplicación a los centros de enseñanza. Conocer el *proyecto educativo de centro* (PEC) y demás documentación interna (PGA, RRI, PAT), atendiendo a criterios de mejora de la calidad, atención a la diversidad y la prevención de problemas de aprendizaje y convivencia.

En esta ocasión tuvimos una aproximación al *Portal educativo del Gobierno de Aragón* (www.educaragon.org) lugar donde entre otras acciones y trámites se nos permite conocer las convocatorias ofertadas, la oferta formativa, el conocimiento de los planes anuales de la Inspección Educativa, la Legislación a nivel nacional y conocimiento básico de la normativa a nivel autonómico, conocimiento de las instituciones educativas relacionadas con la Administración en Aragón y el conocimiento básico de Currículo de Aragón entre otras.

De una manera transversal permite el desarrollo de la capacidad de reflexión en los ámbitos personal, intelectual y social, el desarrollo de la autoestima, la capacidad de comunicación, empatía, liderazgo y de trabajar cooperativamente con los compañeros y otras personas y estamentos.

La asignatura en su parte sociológica nos permitió conocer y relacionar las diferentes teorías sociológicas relacionadas con la educación desde el funcionalismo al estructuralismo, las configuraciones familiares y relaciones con el sistema educativo, la estratificación social y autores como *Parsons, Merton, Schütz, Searle, Berger, Habermas, Giddens, Beck, Coleman, Jenks, Bowles, Giroux*, etc.

¿Qué peso y aplicabilidad ha tenido esta asignatura en el desarrollo de los trabajos elegidos? Recordando en que los trabajos elegidos fueron aplicados en los Practicum II y III, haber adquirido habilidades y competencias relacionadas con el

Contexto de la actividad docente ha sido necesario a la hora de poder contextualizar los institutos y las clases sobre las que llevar a cabo los trabajos elegidos.

- **Procesos de enseñanza y aprendizaje.**

Esta asignatura se fundamenta en conocer los conceptos, teorías, modelos y prácticas más relevantes de los procesos de enseñanza y aprendizaje, incorporando metodologías docentes que favorezcan la participación en el aula, la diversidad del alumnado, la integración de las TIC, la innovación, desarrollo del pensamiento creativo, etc. Concebir como la teoría y la práctica de la enseñanza deben formar parte de un proceso integrador y de reflexión continuo como luego hemos podido ver en los dos trabajos seleccionados. En la parte relacionada con las TIC se nos dotó desde la evolución histórica de la aplicación de estas herramientas, como de recursos a utilizar e incluir en el diseño de nuestras actividades y unidades de trabajo.

En relación a las competencias, la número 3 hace referencia explícita a esta asignatura en lo relativo a los *Procesos de enseñanza y aprendizaje*, en cómo impulsar y autorizar dichos procesos junto con sus principios y teorías más importantes.

En lo relativo a estas teorías y autores, se pudo trabajar el concepto del *efecto Pigmalión, procesos de motivación en el aula*, a través de bibliografía propuesta como la de *Escaño, J. y Gil de la Serna, M.*, autores entre otras obras de “*Cinco hilos para tirar de la motivación y el esfuerzo*”, el clima del aula y la teoría de las inteligencias múltiples de *Gadner*, procesos y procedimientos de evaluación, la diversidad, técnicas y teorías de aprendizaje o los principios metodológicos, junto con los autores, como el ya mencionado *Gadner, Bown, Paulov, Skinner, Piaget, Watson, etc.*

¿Qué peso y aplicabilidad ha tenido esta asignatura en el desarrollo de los trabajos elegidos? Al igual que las anteriores, entender las metodologías y procesos aplicadas y utilizadas en el aula ha sido necesario a la hora de diseñar los trabajos elegidos.

- **Interacción y convivencia en el aula.**

Relacionada con la anterior y una vez inmersos en el aula, es necesario conocer métodos y técnicas de interacción y convivencia en el aula. La asignatura hace

comprender la complejidad y diversidad tanto del aula como de la sociedad en sí y del propio sistema educativo. Como conflictos y dificultades tienen su presencia diaria en los Centros y las aulas (acoso, estrés, etc.) lo que nos obliga como docentes a manejar el clima escolar, la comunicación y el propio desarrollo socio-afectivo de los estudiantes, desde la prevención y la educación en valores.

En relación a las competencias, al igual que en la anterior, la asignatura hace referencia explícita a la competencia fundamental específica número 2: "*Propiciar una convivencia formativa y estimulante en el aula, contribuyendo al desarrollo de los estudiantes y orientarlos académica y profesionalmente, partiendo de sus características*". Para ello es necesario conocer las características de los estudiantes, sus contextos sociales y los factores que influyen en la motivación por aprender, comprender el desarrollo de su personalidad, desarrollar habilidades psicosociales que ayuden en los procesos de aprendizaje, conocer y aplicar los procesos de interacción y comunicación en el aula junto con los métodos más efectivos de comunicación con los alumnos potenciando el diálogo, dominando destrezas y habilidades sociales necesarias para fomentar el aprendizaje y la convivencia en el aula, así como la propia participación del alumnado desarrollando estrategias de aprendizaje activo y colaborativo. Como ya hemos mencionado la complejidad y la diversidad son elementos de plena actualidad en el aula, por ello se ha de afrontar la atención a la diversidad, teniendo en cuenta los recursos y los apoyos psicopedagógicos de los que se dispone para atender la diversidad tanto en el centro como en el aula. Para ello será necesario desarrollar estrategias favorecedoras de la atención a la equidad, la igualdad, la utilización de estrategias que permitan la prevención y resolución de conflictos. Todas ellas hacen referencia a la importancia de la comunicación, el diálogo, la resolución de conflictos y el fomento de una convivencia que propicie el desarrollo de las personas y de las organizaciones. Finalmente y como colofón del proceso se deben conocer las distintas técnicas de evaluación.

Respecto a teorías y autores, se analizan la *estructuración de los grupos y roles*, *las relaciones de poder en el aula*, *los procesos de comunicación en el aula*, siendo *Uruñuela, Ibáñez, Thibaut y Nelly, Benne y Sheats, Mas, Negro y Torrego, Goleman, Adler, Hellinger* sólo algunos de los autores trabajados.

¿Qué peso y aplicabilidad ha tenido esta asignatura en el desarrollo de los trabajos elegidos? Al igual que con las anteriores asignaturas comprender los procesos de interacción y convivencia, la diversidad existente en las aulas y los posibles riesgos psicosociales, me hicieron entender la necesidad de diseñar actividades de introducción teniendo en cuenta la diversidad, cómo diseñar actividades de evaluación, cómo no ser discriminatorio en el resto de actividades y cómo esto puede influir en la propia implicación del alumnado que son los trabajos elegidos.

- **Fundamentos de diseño instruccional y metodologías de aprendizaje.**

Esta asignatura nos permitió conocer cómo ha de estructurarse y desarrollarse el proceso de enseñanza – aprendizaje desde la función docente, acercándonos al “*hecho educativo*” y la obtención de unos resultados apropiados. Se visionaron las diferentes metodologías didácticas aplicables a la Formación Profesional y a elegir estas metodologías dependiendo de los contextos a los que nos enfrentemos, al igual que a los contenidos de los diferentes módulos de acuerdo con las programaciones didácticas. La asignatura también nos permitió desarrollar una actitud crítica, creativa y constructiva frente a la práctica docente, lo cual se corresponde con la visión expresada en otras asignaturas ya analizadas.

Sobre las competencias y como asignatura que cierra el bloque del primer semestre podemos comprender con la introducción de la transversalidad al desarrollarse competencias relacionadas con el *Contexto de la Actividad Docente, los Procesos de enseñanza y aprendizaje, la propia interacción y convivencia en el aula, la organización y desarrollo de las actividades de aprendizaje de acuerdo con el propio diseño curricular*, así como de aportar una visión crítica en la *Evaluación y mejora de la docencia*, siendo una asignatura que permite trabajar las 5 competencias fundamentales. Además la asignatura permite una revisión crítica de las diversas teorías, modelos, conceptos y criterios más relevantes relacionados con el diseño instruccional y las diferentes metodologías de aprendizaje.

Estos principios teóricos se vieron de manera complementaria a otras asignaturas, las distintas teorías educativas (*conductista, cognitiva, humanista, etc.*), con sus diferentes autores de relevancia (*Vigotsky, Ausbel, Piaget, Pavlov, Brunner, etc.*) así como los diversos *paradigmas* relacionados con la educación (*cuantitativo, cualitativo,*

sociocrítico, etc.) y su autor de referencia, *Kuhn*, junto con los diferentes *modelos de diseño instruccional* y sus autores (*Addie, Gardner, Davis*).

¿Qué peso y aplicabilidad ha tenido esta asignatura en el desarrollo de los trabajos elegidos? Pues al denominarla como asignatura “llave” y clave al permitir canalizar y unir el resto de asignaturas, esta asignatura también ha sido clave en el desarrollo de los trabajos, tanto a la hora de entender el contexto educativo, las necesidades de innovación y mejora como el desarrollo de actividades y su aplicabilidad.

- **Diseño curricular.**

Junto con el *Sistema Nacional de Cualificaciones*, esta asignatura es la que más peso tiene en lo relativo a la carga normativa y legislativa, pues nos permite conocer y poder diseñar tanto una programación como sus actividades, hecho crucial y fundamental en nuestra labor como docentes. *Definir el diseño curricular y los niveles de concreción en el marco de la formación profesional, explicar y argumentar la aplicación de las disposiciones legales tanto nacionales como autonómicas en relación al currículo, Diseñar una programación didáctica de un módulo profesional de un ciclo formativo y en definitiva Programar adecuadamente en función de los distintos niveles de formación profesional y en función de la profesión para la que se preparan los alumnos*, han sido como hemos visto los elementos que se han trabajado en esta asignatura.

Las fases del proceso del currículo (Wheeler, 1967), Tipos de currículo (Casanova), Calidad educativa (McKinsey), los elementos del currículo, objetivos, contenidos y el proceso de evaluación, componen la parte teórica de esta asignatura, junto con toda la normativa y legislación aplicable de acuerdo con el título correspondiente.

En base a las competencias, de una manera directa podemos ver que la competencia fundamental de Diseño curricular e instruccional y organización y desarrollo de las actividades de aprendizaje tiene una relación directa con esta asignatura, pero sin duda también ha sido necesaria una pequeña dosis de conocimiento

de los *Contextos de la Actividad Docente* para una aplicabilidad conjunta en el propio contexto.

¿Qué peso y aplicabilidad ha tenido esta asignatura en el desarrollo de los trabajos elegidos? Uno de los trabajos elegidos está sacado de esta asignatura de manera conjunta de la de Diseño, organización y desarrollo de actividades que veremos a continuación, por lo que la asignatura ha sido crucial para haber podido desarrollar el trabajo.

- **Diseño, organización y desarrollo de actividades.**

Una vez se tienen todos los conocimientos teóricos que te habilitan pedagógicamente para el desarrollo de la labor docente y conociendo el contexto, la normativa y legislación relativa al título correspondiente, *el diseño, la organización y el desarrollo de las actividades* es necesario si queremos realizar un tipo de educación con rompa con la “*escuela clásica*” y las “*clases magistrales*” donde tanto alumno como profesor se conviertan en personajes del aprendizaje. La asignatura ha permitido tener una visión de las *dificultades y características específicas que plantea el aprendizaje de las materias* propias de la formación profesional y por lo tanto cuales son las competencias que se deben de adquirir comprendidas en los títulos correspondientes. Saber diseñar una Unidad Didáctica era uno de los objetivos clave de la asignatura, siendo uno de los elementos que permitía evaluar la asignatura la realización de 10 actividades que permitieran orientar y desarrollar el proceso de aprendizaje, siendo éste uno de los trabajos elegidos.

Entonces, ¿Qué peso y aplicabilidad ha tenido esta asignatura en el desarrollo de los trabajos elegidos? Al igual que con la anterior, al ser uno de los trabajos elegidos de esta asignatura, el papel de la asignatura ha sido fundamental para haberlo podido llevar a cabo.

Estrategias de aprendizaje, metodologías activas como los tipos de aprendizaje (basado en problemas, colaborativo, por proyectos), los tipos de actividades, el diseño de unidades didácticas, la evaluación y el trabajo sobre diversos recursos TIC fundamenta la parte teórica de la asignatura.

Sobre las competencias adquiridas tras el estudio de esta asignatura han sido las correspondientes a los *procesos de enseñanza y aprendizaje*, al propio *contexto de la actividad docente*, la *organización y desarrollo de las actividades de aprendizaje* y el *proceso de evaluación*, siendo necesario poseer unos *conocimientos didácticos en torno a los procesos de enseñanza y aprendizaje* relativos a las materias propias de los títulos correspondientes y los *entornos de aprendizaje*.

- **El entorno productivo.**

Esta asignatura tiene una finalidad totalmente práctica y aplicable a los títulos correspondientes, pues nos describe como debe ser la realidad en el entorno productivo de las empresas. El objetivo de los alumnos de la Formación Profesional es su incorporación al mercado laboral donde aspectos como el emprendimiento, la PRL, el medioambiente, etc. son clave en la gestión de las empresas y el propio desarrollo de la economía y la productividad que es el principal objetivo de cualquier empresa. Conocer y manejar estos conceptos nos ayudaran a desarrollar nuestra labor didáctica en la motivación y preparación de los alumnos a lo que se van a encontrar. Puede entenderse esta asignatura como un puente entre el sistema educativo y el mercado laboral.

Contexto de la actividad docente, diseño curricular, estrategias para estimular el esfuerzo del estudiante y promover su capacidad para aprender, la capacidad para poder informar y asesorar sobre del proceso de enseñanza y aprendizaje y la orientación y profesional serían las competencias que se han trabajado en esta asignatura.

¿Qué peso y aplicabilidad ha tenido esta asignatura en el desarrollo de los trabajos elegidos? En un principio es la asignatura que menos aplicabilidad y relación tiene con los trabajos elegidos, pero la propia transversalidad de las asignaturas ofrecen sus dosis de aplicabilidad, principalmente relativo en el trabajo de innovación y la implicación de los estudiantes, hablándoles de entornos productivos reales.

- **Evaluación e innovación docente e investigación.**

Parece chocar, en un principio, que conceptos como Evaluación e Innovación se relacionen con la investigación y que de esta manera den título a una asignatura. El objetivo fundamental de esta asignatura es la mejora continua de la práctica docente

mediante la evaluación de la misma, la puesta en marcha de proyectos de innovación, la elaboración de trabajos de investigación educativa, ya que sin duda, la tarea del profesor es fundamental para alcanzar una educación de calidad. La evaluación nos ha de permitir detectar problemas relativos a la enseñanza y aprendizaje y poder proponer alternativas y soluciones a través de la innovación y todo ello formar parte de proyectos de investigación.

La Evaluación y mejora de la docencia es la competencia fundamental que se ha trabajado en esta asignatura, para ello y de manera transversal es necesario poder Identificar los problemas relativos a la enseñanza y aprendizaje y plantear alternativas y soluciones, Analizar críticamente el desempeño de la docencia utilizando indicadores de calidad, Identificar, reconocer y aplicar propuestas docentes innovadoras en el ámbito de la materia y área curricular, utilizar metodologías de investigación y evaluación educativas de tal manera que seamos capaces de diseñar y desarrollar proyectos de investigación, innovación y evaluación .

*El *desing thinking*, la taxonomía de Bloom, la Taxonomías SOLO y Niveles de Profesorado de Biggs, la formulación de hipótesis, variables e indicadores y los métodos y técnicas de investigación (Ibáñez), son las teorías y autores que se han trabajado y que han sido la base en la realización de ambos trabajos, principalmente en el relacionado con la innovación como elemento clave de esta asignatura.*

¿Qué peso y aplicabilidad ha tenido esta asignatura en el desarrollo de los trabajos elegidos? Uno de los trabajos, el de innovación, es el que se ha realizado para la evaluación de esta asignatura, que ha precisado de una visión general de la transversalidad del Master y de sus competencias que nos permitiera desarrollar procesos innovadores que desembocaran en una mayor implicación tanto del alumnado como del profesorado.

- **Habilidades comunicativas.**

Dentro de las asignaturas optativas ésta, me atraía especialmente al poder dotarme de aquellas habilidades comunicativas necesarias para enfrentarse al aula. La asignatura trabaja los *procesos de interacción y comunicación en el aula*, las *habilidades lingüísticas, comunicativas y sociales relacionadas con las formas*

discursivas propias de la actividad docente, así como las estrategias metodológicas y de interacción adecuadas para fomentar el aprendizaje en el aula.

Respecto a teorías y autores, se ha trabajado lo relacionado con la comprensión de textos, qué es una clase magistral, cómo debe ser el discurso oral del profesor, son parte de las teorías trabajadas.

Las competencias que se trabajan en esa asignatura son las propias de *interacción y convivencia en el aula*, aquellas que permiten *comunicar información (oral), transformándola en conocimiento, adquirir estrategias para estimular el esfuerzo del estudiante* así como *dominar destrezas y habilidades sociales necesarias para fomentar el aprendizaje y la convivencia en el aula, y abordar problemas de disciplina y resolución de conflictos.*

¿Qué peso y aplicabilidad ha tenido esta asignatura en el desarrollo de los trabajos elegidos? Saber cómo dirigirme a los alumnos, que estrategias utilizar a la hora de poner en práctica las actividades diseñadas en uno de los trabajos ha sido esencial para llevar a buen término del trabajo. Por otro lado, conocer de dichas destrezas y habilidades, permiten argumentar de una manera decisiva el propio proyecto de innovación, donde se busca la implicación de los alumnos, donde estas herramientas facilitan el proceso de comunicación e interacción.

- **Prevención y resolución de conflictos.**

La elección de esta según a optativa estaba fundamentada en prever una problemática actual de los centros y las aulas, donde la convivencia entre los distintos sectores que conforman los centros educativos (alumnos, profesores, trabajadores, padres, etc.) presenta diferentes dificultades y conflictos, de acuerdo con la propia complejidad y diversidad de la sociedad actual. Lo que debe ser un proceso natural y dinámico (el de la convivencia) muchas veces se torna en algo problemático y de difícil gestión. Así, el objetivo de la asignatura es proveer de un conjunto de técnicas, herramientas y habilidades que ayuden a gestionar de manera positiva los conflictos que puedan plantearse tanto desde la prevención como de la mediación.

La *gestión de las emociones* (Redorta, Obiols y Bisquerra), los *principios de la incertidumbre* (Morin), la *resolución de conflictos* (Ury, Brett, Goldberg), la *prevención, la negociación, la mediación, acoso, bullying* son las teorías y autores como *Farré* son las que se han trabajado en esta asignatura.

Es necesario manejar competencias relativas al *Contexto de la actividad docente* y de *Interacción y convivencia en el aula*, pero principalmente aquellas que permitan *diseñar y desarrollar espacios de aprendizaje con especial atención a la equidad, la educación en valores, la igualdad de derechos y oportunidades y el respeto de los derechos humanos* que eviten en lo posible la aparición de los conflictos. Para ello es clave, *dominar destrezas y habilidades sociales necesarias para fomentar la convivencia en el aula, y abordar problemas de disciplina y resolución de conflictos*

¿Qué peso y aplicabilidad ha tenido esta asignatura en el desarrollo de los trabajos elegidos? Conocer los motivos que pueden llevar a una baja implicación y motivación del alumnado, así como tener en cuenta esta casuística en el diseño de actividades ha sido decisivo y trascendental a la hora de desarrollar ambos trabajos elegidos.

Proyecto Innovador:

Cómo cambiar la implicación del alumno trabajando sobre la metodología y las actividades durante la impartición del temario.

Practicum III.

Evaluación e innovación docente e investigación educativa en Admón, Comercio, Hostelería, Informática y F.O.L.

Felipe Gonzalo – 465221



Facultad de Educación
Universidad Zaragoza

Mayo 2017

PRACTICUM III. DESARROLLO DE UN PROYECTO INNOVADOR.

TITULO:

COMO CAMBIAR LA IMPLICACIÓN DEL ALUMNO.

La implicación del alumnado y cómo hacer interesante el temario trabajando sobre la metodología y las actividades durante la impartición del temario.

La clase fuera del aula. Cómo la aplicación de los conceptos analizados en el aula tienen una aplicación en el entorno empresarial.

Cómo el trabajo de los conceptos marcados en clase a través de la metodología flipped classroom permite al alumnado una mejora del aprendizaje a través de su implicación y trabajo.

"Todo el mundo sabe dar clase de la manera clásica. En cambio, la mejora continua permite innovar y generar cambio, que es lo que se nos está solicitando desde la sociedad, las instituciones y el informe PISA". Cuevas Salvador, Jesús (2017)

ALUMNO. Felipe Gonzalo Cortés 465221

PROFESOR. Jesús Cuevas Salvador.

PRACTICUM III



INDICE

1. Formulación del problema..... 3

 1.1. Definir y delimitar..... 3

 1.2. Qué y para qué..... 4

 1.3. Aplicación de la innovación..... 5

2. Justificación..... 6

 2.1. ¿por qué hacemos la investigación?..... 6

3. Objetivos de la investigación..... 7

 3.1. Generales..... 7

 3.2. Específicos..... 7

4. Marco teórico. Fase exploratoria..... 8

 4.1. Aplicar teorías educativas..... 9

 4.2. Vinculación teórica..... 9

 4.3. Paradigmas educativos. Interpretar la realidad..... 10

5. Diseño de la investigación..... 13

 5.1. Hipótesis..... 13

 5.2. Variables..... 14

 5.3. Indicadores..... 15

6. Trabajo de campo. Actuación en el aula..... 18

 6.1. Población objeto de estudio..... 18

 6.2. Selección de la muestra..... 21

 6.3. Herramientas y procesos. Diseño e implementación. Método y técnica..... 21

 6.4. Evaluación..... 26

7. Tratamiento de la información..... 28

 7.1. Codificación..... 28

 7.2. Tabulación de datos..... 29

8. Análisis e interpretación..... 31

9. Conclusiones..... 36

10. Bibliografía..... 39



1. Formulación del problema.

1.1. Definir y delimitar.

Hoy, cuando se trata de encontrar una explicación o motivo del bajo rendimiento del alumnado en cualquiera de los currículos educativos se atiende a una única sintomatología, **la falta de motivación**. Durante la realización del Practicum II he sido consciente de esta realidad, al menos en lo relativo al Grado Medio donde más he convivido y en especial a la clase de primer curso en la que he impartido temario. Pero ya en mi conclusión final del Practicum II hacía referencia al origen de la falta de implicación del alumnado, si realmente era algo intrínseco a ellos o podía venir determinado por la propia motivación e implicación del profesorado en su manera de impartir clase, tanto en métodos obsoletos como su actitud frente al grupo. Independientemente a esta conclusión, que sin duda sería interesante analizar, hemos de ser conscientes que lo que ocurre en el aula tiene una influencia directa y determinante en la capacidad de los alumnos para su implicación y el esfuerzo por aprender. Varias pueden ser las razones para esta situación tanto intrínsecas como extrínsecas; Instalaciones, métodos o estrategias obsoletos, falta de estímulos suficientes en el aula; en las propias programaciones y un proceso educativo más centrado en la enseñanza y el profesorado que en el aprendizaje y en el alumnado (Valentín Martínez Otero, 2010).

Según Lourdes Bazarra, el primer reto es conseguir que la escuela seduzca, interese y provoque curiosidad. Se necesita *pensamiento crítico* y desarrollar las nuevas habilidades que requiere la sociedad del conocimiento tal y como afirma Virginia García-Lago, siendo muy importantes las relaciones interpersonales y la comunicación, la introspección, la creatividad, innovación o imaginación tal y como remarca el sociólogo Rafael Feito.

Sin ninguna duda con estas aportaciones recogidas de expertos de la educación, pedagogía, psicología y sociología tan solo vienen a emponderar el concepto de **Nueva Escuela** siendo aquella que *está basada en los principios de la psicología del desarrollo, donde se busca y promueve el interés del alumno como prerrequisito para que se produzca el aprendizaje, donde el maestro actúa como auxiliar del desarrollo libre y espontáneo del alumno y se propone la individualización de la enseñanza*, y los **Niveles de Profesorado** establecidos por **Biggs** (2006) donde en su tercer nivel el profesor se preocupa de lo que el alumno HACE, antes, durante y después, siendo necesario comprender y activar a los estudiantes para que no sea un ente pasivo, preocupándose por el resultado del aprendizaje de su enseñanza.

Igualmente nos fijamos en los Niveles 3, 4 y 5 de la **Taxonomía SOLO**, donde el alumno se fija y potencia varios aspectos estudiados de forma independiente (*Multiestructural*), el alumno enlaza e integra las partes de forma coherente, comprende su significado, analiza, relaciona, compara y razona lo estudiado (*Relacional*) y el alumno va más allá de la información dada. Investiga, produce hipótesis, planifica (*Extenso*).

1.2. Qué y para qué.

Entonces la solución o mejora vendría determinada por introducir un **cambio** (QUE), el motivo (PARA QUE) ya viene determinado en la formulación y definición del problema que no es otro que realizar un cambio en la **actitud** del alumno que redunde en su **motivación e implicación**.

Está comprobado que la utilización de técnicas que provocan la dificultad en el aprendizaje, la propia desmotivación del alumno a través de tareas o castigos llevan a la indefensión y a la apatía del alumnado en vez de conseguir un cambio en su actitud. Es lo que se conoce como **indefensión aprendida** (Seligman, 1975) que viene determinada por:

- Una distorsión cognitiva donde el alumno se cree más incapaz e indefenso de lo que realmente es debido a una pérdida de fe.
- Una falta de implicación: donde el alumno no se esfuerza para conseguir algo si se sabe que no se va a lograr.

La solución a esta situación vendría determinada por cambiar las expectativas del alumno haciendo que el estudiante actúe, proponiéndole metas atractivas y alcanzables donde el esfuerzo sirva para algo, siendo sin dudas el trabajo por proyectos el que mejor se adapta a esta necesidad.

El docente debe ser cómplice de este cambio y sin duda también su actitud redundará en la actitud del grupo y de los alumnos, en lo que vendríamos a denominar como **efecto Pigmalion** como el proceso por el cual las creencias y expectativas de una persona afectan de tal manera a su conducta que ésta provoca en los demás una respuesta que confirma esas expectativas (Rosenthal, 1968), ya que aquellos profesores que se creen capaces de sacar adelante incluso a los alumnos más difíciles, son los que tienen alumnos más motivados (Ashton, 1985).

En conclusión, es necesario un cambio y una innovación en los métodos de enseñanza y aprendizaje donde el profesorado innove, introduzca cambios, motive y consiga un cambio en la actitud de sus alumnos, pero empezando por él mismo.

1.3. Aplicación de la innovación.

Si atendemos a la definición de **Innovación**, según la RAE, nos encontramos con dos entradas:

1. f. *Acción y efecto de innovar.*
2. f. *Creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado.*

Pero desde un punto de vista más simplista podemos determinar que **innovación** es un cambio que introduce novedades.

CAMBIO y NOVEDADES son trascendentales en la metodología a desarrollar para poder aplicar la innovación que detenga la actual tendencia. Un **cambio** y una **novedad** que permita modificar la **conducta y actitud**, incrementando el interés de los alumnos, fomentando la autonomía y la autoestima o enseñarles a descubrir los conceptos por sí mismos son algunos ejemplos para terminar con la desmotivación.

Esta actitud debe partir del propio profesorado, tanto en la forma de planificar las programaciones a la preparación de sus clases, introduciendo los cambios oportunos en el temario, utilizando distintas estrategias que hagan sus clases más atractivas, suscitando interés en el alumnado en seguir aprendiendo e investigando, para conseguir una disposición positiva hacia el aprendizaje y los contenidos curriculares.

Volviendo a los **Niveles de Profesorado**, la aplicación de la innovación debe partir de conseguir activar a los estudiantes para que no sea un ente pasivo, y en los niveles Niveles 3, 4 y 5 de la **Taxonomía SOLO** donde el alumno se fije y potencie enlace e integre de forma coherente, comprenda su significado, analice, relacione, compare y razone lo estudiado consiguiendo suscitar su interés en la investigación para que pueda producir sus propias hipótesis a través de metodologías activas, de descubrimiento, métodos intuitivos acercándonos a la realidad e intereses del alumnado, desarrollo de actividades experimentales y de proyectos basándonos en la propia psicología del alumno donde prime más la intuición o la aplicación de lo aprendido que en la memorización donde el alumno descubra en base a los conocimientos previos y apoyándose en una estructura cognitiva donde el profesorado tan solo es un motivador, un canalizador de la información que presenta las herramientas para que el alumno las desarrolle por sí mismo.

2. Justificación.

¿Por qué hacemos la investigación?

Días previos a mi incorporación al Centro para la realización del Practicum II, me acerqué al mismo para charlar con mi tutora y poder preparar mi estancia y organizar las actividades a realizar. Durante nuestra conversación, me comentó que estaba teniendo reuniones con Padres, debido a una baja motivación entre el alumnado.

El grupo en cuestión de primer curso de Grado Medio de Gestión Administrativa, ya destacó durante mi Practicum I por ser un grupo con una mala reputación por parte del profesorado, algo que puedo confirmar ya que mi relación con ellos fue muy positiva, viendo un grupo con mucho potencial. Mi tutora me comenta que ha habido una reducción en la matrícula respecto del primer trimestre, siendo ahora un grupo más cohesionado. Aunque mi propuesta inicial era desarrollar para este Practicum III un proyecto de "El aula fuera del aula; metodología Bosque Escuela", tal vez por su complejidad en la implantación directa durante mi Practicum, no me hace descartarla totalmente pero si pasarla a un segundo plano, siendo el objetivo de mi Proyecto Innovador trabajar en la **implicación del alumnado** y **cómo hacer interesante el temario**, devolviéndoles la seguridad en si mismos, trabajando sobre la metodología y las actividades durante la impartición del temario. El objetivo será cómo aplicar los ya mencionados niveles 3 de profesorado y los niveles 4-5 de la perspectiva del conocimiento de la Taxonomía de SOLO.

Maggie MacDonnell, ganadora del tercer certamen del Global Teacher Prize, es una convencida del aprendizaje basado en proyectos, una práctica docente centrada en enseñar a los alumnos a través de experiencias de la vida real. Esto es lo que les motiva, démosles esas dosis de vida real para que vean una aplicación real y tangible a lo que dedican sus esfuerzos. Hagámosles salir de su zona de confort que es el aula. Llevémosles a la vida real, a la calle, donde puedan aplicar sus conocimientos.

El *Global Teacher Prize* premia a aquellos profesores innovadores y comprometidos que han tenido un impacto inspirador en su alumnado y en su comunidad. Hagamos entonces caso a estos profesores que centran sus esfuerzos en una mejora del proceso educativo para comprobar si con estos cambios y esta innovación conseguimos encontrar una solución al problema planteado.



3. Objetivos de la investigación.

3.1. Generales.

- Investigar si la desmotivación educativa en el proceso de enseñanza – aprendizaje de los estudiantes de 1º de CFGM Gestión Administrativa del CPIFP Corona de Aragón está relacionada con la implicación del profesorado según **Biggs**.
- Analizar e implementar cómo aplicar el Nivel 3 de profesorado según **Biggs** y los niveles 4-5 de la perspectiva del conocimiento de la Taxonomía de **SOLO** en el aula.

3.2. Específicos.

- Determinar el rol que cumple el docente así como su implicación en el proceso de enseñanza–aprendizaje de los estudiantes.
- Realizar un análisis y una propuesta sobre cómo invertir el proceso de falta de implicación educativa con la finalidad de que se mejore el proceso de enseñanza – aprendizaje de los estudiantes.
- Implementar acciones y recursos que influyan en el alumnado desarrollando su implicación, actitud y disposición en el aula y la materia.
 - Realización de actividades implicativas para el alumnado en el desarrollo de las sesiones (Actividad Marketing Sensorial, Kahoot).
 - *Flipped classroom*. Trabajo autónomo de conceptos vistos en clase.
 - La clase fuera del aula.



4. Fase exploratoria. Marco teórico.

La fase exploratoria es la realizada durante la presencia en el Centro durante la realización del *Practicum II* y el *Practicum III*, en la que se nos ha servido la oportunidad de poder comparar la realidad educativa en los Centros, con las teorías educativas analizadas en las clases de la Universidad.

Con el objetivo en mente de mi proyecto innovador mi inmersión en el aula tenía un claro objetivo: ***Interpretar la realidad y conocer el estado de la cuestión del problema***. Es decir, conocer los motivos que llevan a la desmotivación del alumnado y determinar si los métodos de enseñanza utilizados por el profesorado podían tener algo que ver en el problema planteado.

Para ello durante mi observación, hago una revisión de los distintos ***tipos de enseñanza y niveles de profesorado*** según ***Biggs*** (2006), desarrollado por cada uno de los profesores y a su vez cómo estos niveles influían en la atención del alumnado, su aprovechamiento e implicación de acuerdo con la ***Taxonomía SOLO***, estableciendo así un marco teórico que fundamentase mi teoría y proyecto de innovación.

Es importante destacar que a la hora de analizar los métodos de enseñanza y nivel de profesorado, entiendo como ***"Escuela Clásica"*** aquella que la que la enseñanza está centrada en lo instructivo, el alumno permanece como elemento pasivo y existe el autoritarismo del maestro empleándose el mismo método para todos los alumnos. Tras mi observación en el aula, no he encontrado una definición clara en el profesorado de lo que yo entiendo como ***"Nueva Escuela"***, aquella que está basada en los principios de la *psicología del desarrollo*, donde se busca y promueve el interés del alumno como prerrequisito para que se produzca el aprendizaje, donde el maestro actúa como auxiliar del desarrollo libre y espontáneo del alumno y se propone la individualización de la enseñanza.

Hemos de ser críticos si realmente queremos un cambio en los métodos de Enseñanza y Aprendizaje, y a pesar de la complejidad de aplicar estas nuevas teorías o métodos en una formación técnica como es la profesional, no se advierten técnicas que promuevan un estilo más dinámico y una mayor implicación del alumnado durante las clases siendo tratado como un sujeto pasivo.

4.1. Aplicar teorías educativas.

De acuerdo con lo descrito, las teorías utilizadas en la fase exploratoria han sido:

- **Niveles de profesorado** (alineación constructiva) según **Biggs** (2006) son:

1. PROFESOR NIVEL 1. Escuela clásica. Dirige al estudiante encasillándolo en un papel de espectador pasivo receptor de información. El examen separará los estudiantes buenos de los malos. (SER)
2. PROFESOR NIVEL 2. Profesor animador. El profesor se preocupa de dominar métodos y técnicas, pero el estudiante continúa siendo pasivo. (SABER, PROFESOR)
3. PROFESOR NIVEL 3. Nueva escuela. El profesor se preocupa de lo que el alumno HACE, antes, durante y después. Es necesario comprender y activar a los estudiantes para que no sea un ente pasivo. Se preocupa por el resultado del aprendizaje de su enseñanza. (SABER, ALUMNOS)

- **Taxonomía SOLO**. Niveles de atención del alumnado.

1. Preestructural. El alumno memoriza, pero no comprende ni entiende.
2. Uniestructural. El alumno identifica el contenido y concepto. Lo recita.
3. Multiestructural. El alumno se fija y potencia varios aspectos estudiados de forma independiente.
4. Nivel relacional. El alumno enlaza e integra las partes de forma coherente, comprende su significado, analiza, relaciona, compara y razona lo estudiado.
5. Nivel extenso. El alumno va más allá de la información dada. Investiga, produce hipótesis, planifica.

4.2. Vinculación teórica.

Es muy importante establecer una vinculación teórica entre las teorías educativas elegidas y lo que realmente observamos en el día a día del aula ya que nos va a hacer comprender mejor la problemática existente. Si solo nos parásemos a analizar qué es lo que ocurre en las aulas veríamos un nivel bajo de implicación del alumnado y unos profesores que por mucho que se esfuerzan en la impartición de sus temarios, el alumnado no colabora actuando como sujetos pasivos limitándose a cumplir los mínimos (en ocasiones ni eso) en un alto porcentaje de los alumnos, que se refugian en una zona de confort creada por el propio profesorado.

La utilización de teorías educativas y su aplicación nos ayuda a encontrar el origen del problema al interpretar la realidad.

4.3. Paradigmas educativos. Interpretar la realidad.

El término **paradigma**, es un término de origen griego, que significa *modelo, patrón, ejemplo*. Se corresponde con algo que va a servir como modelo a seguir en una situación dada.

Los **paradigmas educativos** (Khun, 1960) no son más que una determinada manera de concebir e interpretar la realidad. Pero a su vez, tiene un carácter normativo con relación a los métodos y técnicas de investigación a utilizar, de acuerdo a cuatro **dimensiones**:

- Ontológica: maneras de concebir la realidad.
- Epistemología: determina lo que puede ser conocido.
- Metodológica: el modo como debe proceder el
- Investigador: para descubrir lo cognoscible.

Dentro de su clasificación podemos clasificar las prácticas docentes bajo diversos prismas: *conductista, humanista, cognitivo, constructivista y contextual*.

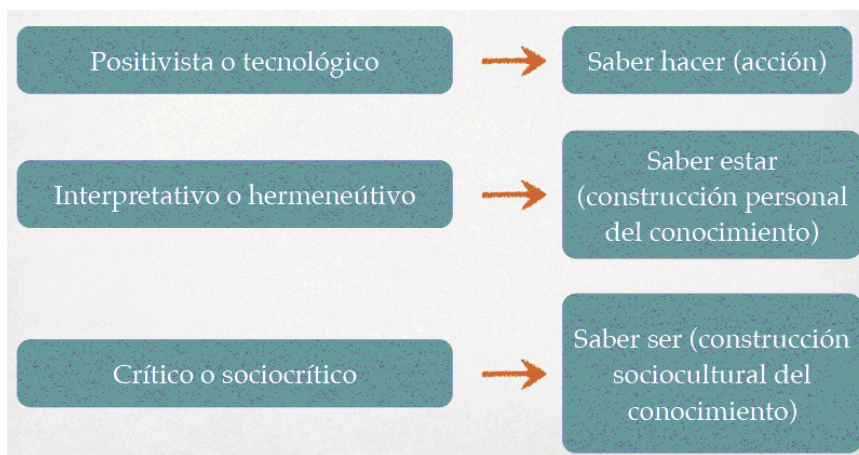
- **Conductual**: El **Alumno** es un receptor de conceptos y contenidos, cuya única pretensión es aprender lo que se enseña, reproducir el conocimiento de manera exacta. La **evaluación** es considerada como un proceso sumativo, medible y cuantificable. La **vida en el aula** se reduce a una suma de objetos, conductas, actividades centradas sobre todo en los contenidos que se aprenderán. El **Currículo** es cerrado y obligado para todos, la disciplina se convierte en un requisito importante.
- **Contextual**. Facilita y apoya la asimilación y conceptualización de los estímulos ambientales, como el profesor, los padres, la escuela, la comunidad, se convierten en hechos mediadores de la cultura contextualizada. El **Currículo** es flexible, contextual y abierto, el enfoque del **profesor** es de gestor de procesos de interacción en el aula, crea expectativas y genera un clima de confianza. El modelo de enseñanza está centrado en la vida y el contexto socio-cultural y natural, con el fin de favorecer el aprendizaje significativo a partir de la experiencia.
- **Cognitivo**: Las teorías como la del *aprendizaje significativo, por descubrimiento, el constructivismo* son algunas de las que han aportado a enriquecer este paradigma. El **Alumno** es considerado un sujeto de la educación por medio de la interacción profesor-alumno. El **Profesor** es una persona crítica-reflexiva. El **Currículo** es definido como abierto y flexible. La **evaluación** estará orientada a valorar los procesos y productos. La inteligencia, la creatividad, el pensamiento crítico y reflexivo son temas constantes en este paradigma.

- **Humanista:** La enseñanza humanista se enfoca en ayudar al **alumno** a ser él mismo. El **profesor** es un facilitador y presta atención a las necesidades y potencialidades individuales de sus estudiantes. Fomenta el autoaprendizaje y la creatividad. Está abierto ante nuevas formas de enseñanza u opciones educativas, fomenta el espíritu cooperativo de sus alumnos, es auténtico y genuino. Comprende a los alumnos poniéndose en el lugar de ellos, adopta una actitud sensible a sus percepciones y sentimientos y debe rechazar las posturas autoritarias y egocéntricas. El aprendizaje debe de ser significativo y vivencial, Los **programas** deben ser más flexibles y proporcionar mayor apertura a los alumnos. Se debe dar primacía a las conductas creativas de los alumnos, propiciar mayor autonomía a los alumnos, dar oportunidad a la cooperación de los alumnos y para que los alumnos hagan evaluación interna. La **evaluación** se sugiere la auto evaluación pues es solo el alumno mismo quien sabe la realidad de su progreso, esfuerzo, dedicación y aprendizaje.
- **Constructivista.** Para el constructivismo la enseñanza no es una simple transmisión de conocimientos, es en cambio la organización de métodos de apoyo que permitan a los alumnos construir su propio saber. Aprendemos construyendo nuestra propia estructura cognitiva.

NUEVAS TENDENCIAS. HACIA NUEVOS PARADIGMAS EDUCATIVOS.

En nuestro caso, los **paradigmas innovadores** como son el *aprendizaje por competencias* o el *aprendizaje por proyectos*, son una práctica pedagógica que da lugar a un **aprendizaje crítico** y que provoca un **cambio real** en el estudiante. El paradigma utilizado por el maestro tiene un gran impacto en el estudiante y debe conseguir una involucración del alumno en el propio proceso.

De acuerdo con estas tipologías, lo más importante dentro de su análisis es la consecuencia del método o paradigma elegido determinando el **saber hacer, saber estar o saber ser**.



Finalmente y regresando a la **interpretación de la realidad**, de acuerdo con las **teorías educativas** establecidas en el punto anterior y tras el análisis realizado a un total de 10 profesores en un total de 3 grupos, los resultados obtenidos han sido:

- Tipo de Escuela observada → Tradicional.
- Nivel profesor según Biggs → Observamos niveles de profesorado 1, 2 y 3.

Principalmente los niveles observados son 1 y 2. Tan solo un profesor desarrolla un nivel 3.

- Activación estudiante Taxonomía Solo → Observamos niveles de estudiante 1 a 3.

Observamos que un mayor crecimiento por parte de los alumnos a niveles 4 y 5 no es posible por la propia implicación del profesorado que se limita a impartir su temario sin una implicación de su alumnado.

- Paradigmas observados → Principalmente el modelo Conceptual.

En algunos profesores se observan paradigmas cognitivos con la imposibilidad de determinar otros paradigmas cuando el alumno es un ente pasivo el 90% de la duración de la clase.

Considero de un gran interés la observación directa realizada sobre el profesorado para tener una mayor conciencia en la interpretación de la realidad y de los **métodos de enseñanza** que del **tipo de alumnado** existen ya que con la primera me ha permitido ser consciente e interpretar la realidad hasta el nivel de poder determinar que el verdadero origen del problema es el profesorado y no solo el alumnado tal y como el propio profesorado dictamina. Por ello ha sido muy importante ver y analizar a distintos profesores y técnicas de profesorado para poder ampliar puntos de vista donde reforzar la teoría, hipótesis y fundamentación del problema, donde se podría afirmar que parte del fracaso por parte del alumnado es condicionado por el propio docente. Un "parque" docente mayor (en mi caso todo el departamento tiene más de 50 años), muchos de ellos con más de 30 años de docencia, nos hacen ver su estancamiento en una zona de confort, con unas técnicas anticuadas y sin motivación al cambio. *¿Cómo se puede pedir implicación al alumno si el propio docente no lo está en impartir su materia?*

Esto no cambia para nada el objetivo de nuestra investigación si no que la afianza en la afirmación de que una nueva enseñanza es posible, y cómo a través de la impartición de un tema de una asignatura con nuevos métodos de enseñanza y aprendizaje, haciendo más atractivo el temario, puede cambiarse la implicación del alumnado. Como un grano si hace montaña y cómo se podrían sentar las bases para el cambio.



5. Diseño de la investigación.

En el diseño de la investigación, como proceso reflexivo, vamos a establecer una organización de la investigación que estamos realizando donde vamos a determinar una propuesta para la solución del problema planteado a través de la formulación de hipótesis, variables e indicadores que se van a utilizar durante la investigación.

5.1. Formulación de Hipótesis.

Configuran el **Plan de Acción Estratégica** de nuestra investigación y proyecto de innovación donde vamos a establecer nuestra propuesta de cambio y mejora para solucionar el problema planteado.

Para ello se establecen una serie de **hipótesis** que serán la base de nuestra investigación.

1. La implicación del alumnado y cómo hacer interesante el temario trabajando sobre la metodología y las actividades durante la impartición del temario.
2. Cómo el trabajo a través de la metodología *flipped classroom* de los conceptos marcados en clase, permite al alumnado una mejora del aprendizaje a través de su implicación y trabajo.
3. Si el alumno trabaja independiente y paralelamente al desarrollo de la materia produce un *aprendizaje significativo* de lo que está estudiando
4. La clase fuera del aula. Cómo la aplicación de los conceptos analizados en el aula tienen una aplicación en un entorno real empresarial.
5. Si el alumno percibe la realidad de lo que ve en clase (clase fuera del aula) comprende mejor el contenido teórico
6. Si cambia la implicación del profesorado con el uso de *metodologías activas*, cambia la percepción del alumno, su actitud, y por lo tanto su propia implicación y aprovechamiento de la materia.

5.2. Variables e Indicadores.

- **VARIABLES.**

Las variables se dividen en **variables dependientes** que dependen directamente del valor, misión u objetivo de medición de las variables independientes y las **variables independientes** que son las variables explicativas de las variables dependientes.

Como **VARIABLE DEPENDIENTE**: podemos determinar las competencias transversales de la familia profesional donde desarrollamos nuestro estudio y las competencias del módulo o de las unidades de trabajo que se han impartido.

- Desarrollo de la automotivación.
- Desarrollo de la capacidad de aprendizaje autónomo.
- Capacidad de comunicar ideas y razonamientos
- Potenciar la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.
- Identificar el concepto de marketing.
- Reconocer las funciones y objetivos principales del marketing.
- Valorar la importancia del departamento de marketing
- Diferenciar los elementos del marketing mix.
- Valorar la importancia de la imagen corporativa.
- Valorar la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente.

Como **VARIABLE INDEPENDIENTE** podemos establecer aspectos como la innovación, diseño estructural de la unidad, actividades realizadas durante su impartición.

- Innovación. ¿en qué consiste nuestra innovación?

Diseño distinto de la unidad de trabajo utilizando elementos de refuerzo como Powerpoint para recoger las ideas principales de la unidad y la utilización de vídeos y páginas web donde consultar y contrastar los conceptos analizados o cómo ejemplos.

- Actividades.

Tipos de actividades desarrolladas durante la impartición de la unidad. *Actividad Inicial, de desarrollo, de aplicación, de refuerzo, de ampliación, de evaluación y de atención diversidad.*



NUESTRAS VARIABLES

- La innovación en la forma de cómo abordar las actividades empleadas en el desarrollo de la clase potencia el desarrollo de la automotivación e implicación del alumno.
- Las actividades planteadas, como es el *Portfolio*, desarrollan la capacidad de trabajo autónomo así como la capacidad de comunicar ideas y razonamientos y por lo tanto la implicación del alumnado.
- El desarrollo de actividades específicas diseñadas, permiten aplicar elementos y herramientas del marketing y valorar la importancia de la imagen corporativa por parte del alumno.
- El empleo de diferentes recursos y actividades durante la impartición de la materia permite identificar el concepto de marketing, reconocer las funciones y objetivos principales del marketing, valorar la importancia del departamento de marketing, diferenciar los elementos del *marketing mix* y valorar la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente.
- La clase fuera del aula permite aplicar los conceptos trabajados.
- El trabajo autónomo complementario (*flipped classroom*) permite alcanzar una mayor asimilación de los conceptos trabajados que el estudio para un examen.

- **INDICADORES.**

Los **indicadores** deben ser observables y medibles.

- ¿Cómo conseguimos obtener unos resultados de la aplicación de las **variables** anteriormente establecidas?

A través de una serie de indicadores que midan el grado de satisfacción del alumnado tras la impartición de la materia.

- ¿Cómo lo obtenemos?

A través de la **observación directa**, del contenido y valoración de los **Portfolios** realizados por los alumnos así como de la **entrevista – conversación** mantenida con los alumnos tras la realización de las actividades.

1. El método de desarrollar la clase a través de actividades ayuda a comprender la materia.
2. El proceso de evaluación fomenta la asimilación de contenidos.



5.3. Metodología de investigación.

La metodología de investigación, establece la **estrategia** a seguir. Para ello, según Ibáñez (1985), se establecen **técnicas distributivas** (cómo), **estructurales** (por qué) y **dialécticas** (para qué).

| CÓMO | POR QUÉ | PARA QUÉ |
|---------------------------|---|----------------------------------|
| Uso de PowerPoint | Captar la atención del alumno hacia un punto del aula. | Fijar su interés |
| Visualización de vídeos. | Captar la atención del alumno. | Poner ejemplos |
| Diseño de actividades. | Motivar al alumnado | Aplicar los conceptos estudiados |
| Uso del Porfolio | Desarrolla el trabajo autónomo y complementario. | Implicar en el aprendizaje |
| La clase fuera del aula | Obtener una visión de la realidad. | Innovar |
| Entrevista. Conversación. | Método variable, distendido, coloquial y espontáneo de recogida de información. | Obtener información. |

Durante la investigación se han utilizado principalmente dos metodologías activas para la obtención de información:

- **El Portfolio.**

El alumno desarrollará un Diario o Portfolio de la unidad donde se recojan aspectos básicos del temario que de manera complementaria y utilizando la estrategia "*flipped classroom*" trabajará por su cuenta en casa. Para ello se les dará una orientación con una serie de términos y conceptos que el alumno deberá trabajar de manera personal al finalizar cada punto de la unidad¹.

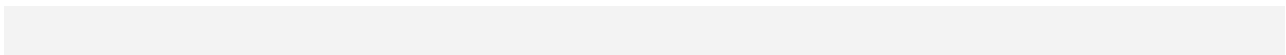
¹ Ver Anexo.



- **La entrevista, tipo conversación.**

Durante la realización de las clases y las actividades diseñadas se establece un diálogo abierto con el alumnado, conociendo sus opiniones y pidiendo expongan ejemplos reales.

Tras la realización de la actividad principal, que sirve como conclusión a todos los materiales y recursos trabajados en clase como es "el aula fuera del aula" se establece un diálogo con los estudiantes sobre lo que han visto en la calle. Una frase puede servir de conclusión reafirmando nuestro proyecto de innovación en el que se buscaba un cambio en la visión del alumnado de la materia estudiada: "Nunca, al pasear por la calle, me había parado a pensar todo lo que las tiendas (empresas) nos están comunicando y cómo utilizan el marketing y sus herramientas para ello".





6. Trabajo de campo. Actuación en el aula.

6.1. Población objeto de estudio.

- **Características del centro:**

El CPIFP Corona de Aragón es un centro público, urbano, cuyo edificio fue inaugurado en los años 60. Ubicado en la zona de "Universidad" de la capital aragonesa (calle Corona de Aragón). Aunque por la zona de ubicación podría determinarse de cierto carácter elitista, al ser un centro de Formación Profesional acoge alumnos de los diversos barrios zaragozanos. Por su carácter público abarca un amplio contexto sociocultural.

- **Contexto sociocultural.**

La actualidad educativa muestra un alto grado de diversidad entre el alumnado, no solo en lo relativo a la clase social predominante, estructura familiar o entorno económico, si no con una alta repercusión de la diversidad cultural (países, etnias y culturas) con la complejidad social que esto supone.

- **Muestra de estudio. Características de la clase elegida.**

- Perfil del grupo.

El primer curso de Grado Medio del ciclo de Gestión Administrativa está formado por un total de 22 alumnos. De estos 22 alumnos nos encontramos con 3 alumnos provenientes de África, 4 de Rumania, 1 de Europa del este, 5 de Latinoamérica. Además hay una alumna con movilidad reducida que precisa de silla de ruedas.

Según lo observado durante el Prácticum I los alumnos provenientes de diferentes países africanos son los que mayor problema plantean con el lenguaje. En general destaca una baja implicación y baja estima por parte del profesorado que desde el principio fue encasillado como un grupo problemático.

Hay alumnos que proceden de la FPB, otros de otros módulos formativos y el resto de la ESO.

Población objeto de estudio. Análisis económico, social y medioambiental del barrio y del centro educativo.

- Datos sociodemográficos: Muestra 10 alumnos.

- o Edad.

Entre 17 y 20 años responden 7 alumnos. De los cuales tres tiene 17 años, uno 18 años, dos 19 años y uno 20 años,

Entre 22 y 26 alumnos responden 3 alumnos. De los cuales uno tiene 21 años, uno 22 años y uno 25 años.

- o Sexo.

Hombre. 5 Mujer. 6

- o Origen cultural.

España. 7 Nicaragua. 1 Guinea Ecuatorial. 1

- o Religión.

Católica. 8. Otras. 2.

- o Barrio. (Entorno sociocultural)

Delicias. 4. Las Fuentes. 1. Valdespartera. 2. San Jose. 1. Univ. – Romareda. 2

- o Nivel académico previo.

ESO. 8 Bachillerato. 3 FPB. 3 CFGM. 1.

- Clima en el aula y Prevención de Riesgos laborales psicosociales:

Sociograma (redes en el aula, roles y liderazgos) relación con los profesores. Bullying y estrés en los alumnos así como mobbing y estrés en el profesorado.

- ✓ 8 personas consideran que la relación con los compañeros es buena y 2 regular.
- ✓ 1 persona considera que hay bullying en clase, lo que deberá ser evaluado.
- ✓ 8 personas consideran que existe una buena relación entre los profesores y 2 regular.
- ✓ 3 personas consideran que su relación con los profesores es muy buena, 1 buena, 1 normal, 2 regular, 1 mala y 2 muy mala.

En relación a los sociogramas, se observa una gran variedad según la persona, pero se establecen 5 grandes grupos en el aula.

- ✓ Grupo 1. Formado por los alumnos disruptivos formado por 5 chicos.
- ✓ Grupo 2. Formado por la parte latina y 1 africano.
- ✓ Grupo 3. Formado por 4 chicos españoles, 1 rumano y una rusa.
- ✓ Grupo 4. Formado por 2 chicas españolas.
- ✓ Grupo 5. Formado por 2 chicas africanas.

Los grupos que mayor interrelación tienen son: 1-2, 2-3, 3-4-5.

- Gestión del espacio del aula:

Distribución de las mesas, formas de interactuar de los alumnos con los alumnos y con los profesores, interacción con otras aulas y el centro educativo.

- ✓ A 2 alumnos la distribución del aula les parece bien.
- ✓ A 3 alumnos les parece mala.
- ✓ 6 opinan que se podría mejorar.

- Perfil psicológico del aprendizaje:

Nivel académico de los alumnos, automotivación-expectativas de los alumnos, definir las inteligencias múltiples, definir qué estilo didáctico es el más acorde.

Siendo un Ciclo Formativo de Grado Medio ya me hemos observado la disparidad de origen del alumnado, habiendo algunos que acceden de la FPB, de algún otro CFGM o directamente desde la ESO o Bachillerato. Esta disparidad nos obliga a pensar la utilidad de nuestro proyecto de innovación en la que se introduzca un cambio en el estilo didáctico.

En relación a las inteligencias múltiples de Gardner (1983), como la "*capacidad de resolver problemas*", dependería de un estudio pormenorizado de cada uno de los alumnos, pues recordamos que existen 3 alumnos africanos de reciente llegada a España y que todavía tienen ciertos problemas comunicativos, que no por ello de inteligencia, presuponiéndose en el conjunto el dominio de las *inteligencias lingüística, lógico-matemática, intrapersonal e interpersonal*.

- Didáctica:

Métodos y técnicas más utilizadas en el aula.

6 alumnos consideran las clases amenas y 7 indican que en clase se realizan actividades dinámicas, actividades o talleres.

En relación a su nivel de satisfacción de los conocimientos adquiridos solo 1 alumno está totalmente satisfecho con la asignatura y dos de ellos totalmente insatisfechos.

6.2. Selección de la muestra.

Dentro de la propia muestra referida al aula donde impartimos la unidad, realizamos una selección pues contrario a nuestro interés se produce un elevado ausentismo en la impartición de la materia.

Del total de 22 alumnos hay 4 que no aparecen por clase. Del resto de la muestra 16 hay una fluctuación asistencia dentro de las 10 sesiones que se imparten.

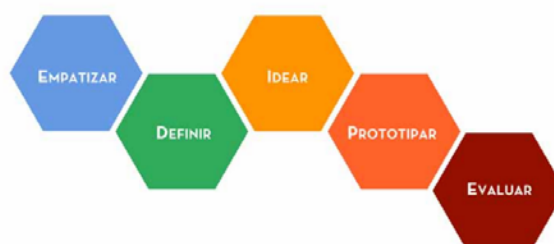
En la primera sesión, en la que se realiza la encuesta inicial de la que se obtienen datos para establecer las características de la muestra, solo la rellenan 10 alumnos, los presentes ese día, y tan solo 6 asisten a la última sesión que es en la que se realiza la valoración del profesorado y los métodos utilizados.

6.3. Herramientas y procesos. Diseño e implementación en el aula. Método y técnica.

Queremos introducir un cambio. El título de nuestro estudio, hace referencia a cómo cambiar la implicación del alumnado y cómo hacer interesante el temario trabajando sobre la metodología y las actividades durante la impartición del temario, así que en eso vamos a basar nuestro método.

Para poder iniciar nuestro proceso debemos apoyarnos en herramientas y procesos ya existentes que nos ayuden al diseño e implementación de la innovación en el aula. En nuestro caso vamos a basarnos en la metodología **Desing Thinking**.

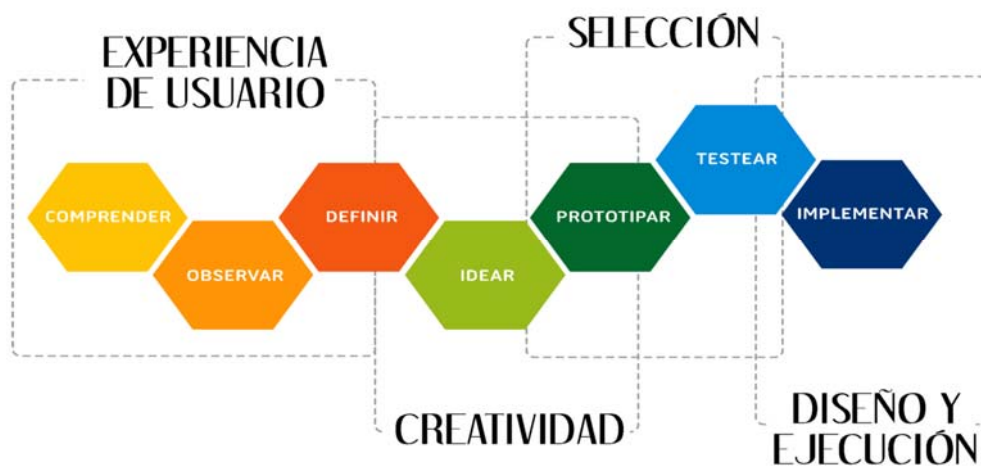
El Design Thinking tiene cinco pasos elementales:



Así, la metodología Desing Thinking está basada en 5 pasos:

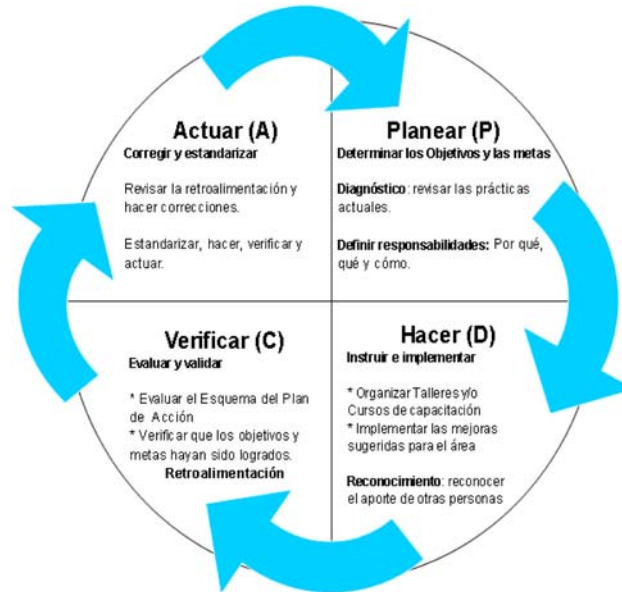
- **Empatizar.** Encuadrado en la **experiencia de usuario** ya la realizamos durante la primera inmersión en el contexto educativo (*Practicum I*), así como en la inmersión en el aula (*Practicum II*), donde pudimos **comprender y observar** tanto el grupo de alumnos, el profesorado y su metodología y la problemática existente que nos lleva a desarrollar nuestro proyecto innovador.

- **Definir.** En base a la experiencia de usuario, definiremos nuestro proyecto innovación basado en teorías y nuestra idea innovadora de lo que queremos cambiar y cómo lo queremos cambiar.
- **Idear.** Una vez definido, idearemos las acciones, estrategias y actividades que nos permitirán llevar a cabo nuestro proyecto innovador, lo que requiere de altas dosis de *creatividad*.
- **Prototipar.** Es el momento de dar forma a las ideas, de crear cómo queremos que sea nuestra clase, para poder implementarla.
- **Evaluar.** Es el momento de conocer los resultados de la aplicación de nuestra innovación



Una vez realizado este proceso y de manera complementaria estableceremos las acciones correspondientes:

- **Planificar.** A realizar durante la fase de exploración docente. En la planificación se define la innovación, la implementación de la innovación aplicada a las metodologías y actividades y su relación con las competencias así como los objetivos y las metas.
- **Hacer.** Ya en la fase de intervención docente, es el momento de la implementación de las actividades desarrolladas y las mejoras en los procesos sugeridas. Corresponde a la fase de intervención didáctica durante el Practicum III y donde implementaremos y pondremos en valor todo lo observado, planificado, definido, ideado
- **Verificar:** Evaluar y validar. A través de la observación y las encuestas determinaremos si los objetivos y metas se han logrado.
- **Acción:** Tras la verificación, corregiremos y estandarizaremos nuestros procesos que velarán por la continuidad de nuestra innovación.



6.3.1. Método y técnica.

Mi objetivo es desarrollar una metodología correspondiente a la “*escuela inclusiva*”, donde trataré de atender las necesidades de aprendizaje de todos los alumnos teniendo en especial atención a aquellos más vulnerables a la marginalidad y la exclusión social.

La *educación inclusiva* es considerada como un proceso que toma en cuenta y responde a las diversas necesidades asociadas a la discapacidad y al ambiente, pero no exclusivamente a ellas. Esto implica que las escuelas deben reconocer y responder a las diversas necesidades de los estudiantes sin distinción de raza, fe o condición social y cultural.

Para ello me centraré en desarrollar un **nivel de profesor 3**, (según Biggs, 2006) el cual se centra en la “*nueva escuela*”, donde el profesor se preocupa de **lo que el alumno HACE, antes, durante y después**. Es necesario comprender y **activar a los estudiantes** para que no sea un ente pasivo. Se preocupa por el resultado del aprendizaje de su enseñanza.

- **¿Con qué se va a hacer?**

Se utilizarán diferentes medios y recursos que permitirán ampliar y adaptar el contenido del libro de texto del módulo de Fco. Javier Ariza Ramirez y Juan Manuel Ariza Ramirez, McGrawHill 2012, “*Comunicación y atención al cliente*”.

1. Para la dirección de la unidad nos basaremos en una concreción del contenido de la unidad en una presentación **PowerPoint** que recogerá de manera resumida, visual y gráfica los principales conceptos de la unidad. Esta presentación y conceptos, se encontrarán apoyados, ampliados y complementados por una serie de recursos como

vídeos de Youtube, acceso a páginas web, Wikipedia, uso de aplicaciones como Kahoot o materiales complementarios (refresco de cola y perfume) para actividades concretas.

2. El trabajo y seguimiento de la unidad por parte del alumno precisará de la realización de un **Diario o Portfolio** donde recogerán aspectos detallados en la sesión inicial y que permitirán su evaluación.

3. La evaluación se realizará a través del propio elemento que les ha servido para el trabajo y seguimiento de la unidad (**Portfolio**), la realización de **entrevistas conversaciones** del alumnado y la **observación** de la actitud e implicación del alumnado en el desarrollo de las clases.

| ¿Qué se va a hacer? | ¿Cómo se va a hacer? | ¿Para qué se va a hacer? |
|---|--|--|
| Actividad de presentación y cohesión de grupo. | <ul style="list-style-type: none"> • Frases de motivación • Vídeos | <ul style="list-style-type: none"> • Integrar y unir al grupo • Empoderar al grupo • Motivar e implicar al grupo |
| Valoración inicial de conceptos básicos sobre el tema | <ul style="list-style-type: none"> • Presentación tema • Explicar cómo se va a estructurar la unidad • Lluvia de ideas sobre el concepto de marketing • Kahoot de conceptos básicos | <ul style="list-style-type: none"> • “Romper el hielo” e inicio del tema • Conocer conocimientos previos. • Crear predisposición por la materia |
| Exposición de contenidos de la programación | Exponer los contenidos, conceptos y tipos de marketing utilizando una presentación de PowerPoint (escuchar+ver) complementado con imágenes y vídeos | Seguir la programación y conceptos teóricos del tema |
| Experimentar el marketing sensorial | <ul style="list-style-type: none"> • Gusto. Identificación de sabores de productos. • Olfato. Identificación de olores de productos. • Vista. Identificación de marcas comerciales. • Oído. Identificación de sonidos comerciales. • Tacto. Identificación táctil de productos. | Conocer cómo trabajan las empresas para aumentar su relación con los clientes experimentando qué es el marketing. |
| Actividad en la calle | Recorrer la calle del instituto observando acciones de marketing de los comercios existentes | Ver ejemplos reales y cercanos de cómo las empresas implementan los conceptos aprendidos en clase. |
| Evaluación | <ul style="list-style-type: none"> • Kahoot • Portfolio / Diario • Observación. • Entrevistas – conversación • Prueba evaluación | Comprobar que han adquirido los conocimientos que han estado trabajando a lo largo de la unidad |



- **Temporalización y secuenciación de los contenidos.**

Este módulo tiene una asignación horaria de 5 horas semanales repartidas en 3 sesiones.

Se imparten de la siguiente manera

| | |
|---------|-------------------------|
| Lunes. | 13:05 a 13:55 (1 hora) |
| Martes | 08:05 a 9:50 (2 horas) |
| Viernes | 12:10 a 13:55 (2 horas) |

Se estima por parte del profesor de la asignatura una temporalización por tema de cada módulo un mínimo de 6 sesiones (un total de 10 horas).

La unidad está compuesta de los siguientes apartados:

1. La función comercial de la empresa.
2. Marketing: concepto y niveles de desarrollo.
3. Implantación del plan de marketing.
4. El producto y sus estrategias
5. El precio y sus estrategias
6. El acercamiento físico al cliente. La distribución.
7. Estrategias de comunicación con el cliente.
8. Imagen y cultura de empresa: Responsabilidad social corporativa.

Como ya hemos comentado, para la impartición de esta unidad se cuenta con un total de 10 horas, las cuales quedarán repartidas de la siguiente manera:

- 1h. Toma de contacto y conocimiento del grupo. Técnicas de cohesión.
- 1h. Presentación de la unidad y objetivos.
- 1h. Mercado, función comercial y concepto de marketing.
- 2h. Plan de marketing. Imagen y cultura de empresa: Responsabilidad social corporativa
- 1h. El producto y sus estrategias. El precio y sus estrategias
- 1h. La distribución. Estrategias de comunicación con el cliente.
- 1h. La clase fuera del aula.
- 1h. Actividades de refuerzo.
- 1h. Conclusiones y evaluación.



REPRESENTACIÓN APARTADOS – ACTIVIDADES.

| TEMAS | MARTES 4 | JUEVES 6 | VIERNES 7 | MARTES 18 | VIERNES 21 | MARTES 25 |
|--|------------------------------------|---------------------|-----------|-----------|-----------------------|---------------------------------------|
| Presentación. Conocimiento del grupo. Técnicas de cohesión | Atención a la diversidad (x3) | | | | | |
| Presentación de la Unidad | Kahoot | | | | | |
| Conocer el Mercado, función comercial y concepto de marketing. | | Marketing sensorial | | | | |
| Qué es el Plan de marketing. Imagen y cultura de empresa: Responsabilidad social corporativa | | | | | | |
| El producto y sus estrategias. El precio y sus estrategias | | | | | | |
| La distribución. Estrategias de comunicación con el cliente. | | | | | | |
| La clase fuera del aula. | | | | | Actividad en la calle | |
| Actividades de refuerzo y ampliación | Portfolio - Diario asignatura (x2) | | | | | Kahoot |
| Conclusiones y evaluación. | | | | | | Entrega material Prueba evaluación |

6.5. Evaluación.

La evaluación es uno de los puntos más importantes de nuestro proyecto, ya que permiten evaluar el funcionamiento y aceptación de los cambios introducidos por parte del alumnado. Esto lo conseguiremos sin duda con las encuestas y entrevistas realizadas con el alumnado y que veremos en el siguiente punto.

Por otro lado y en relación a determinar si se han adquirido o no las competencias, conocimientos y mínimos establecidos en la rúbrica, tal y como indicábamos **nuestra innovación consiste en** utilizar una **metodología activa**, en la que el alumno debe formar parte activa de su aprendizaje. Para ello se establece un método de trabajo paralelo a lo que se trabaja en clase, donde el alumno debe guiar su propio aprendizaje a través de la realización de actividades y trabajo en clase en lo que se denomina como **“la clase invertida”**. El trabajo consistirá en la realización de un **portfolio** donde deberán responder una serie de cuestiones planteadas en el tema y que el alumno deberá investigar y trasladar al documento con sus propias palabras. En relación a la motivación, el propio alumno deberá buscar frases de automotivación e incluirlas en el portfolio. Para finalizar, el alumno desarrollará una prueba donde se de respuesta a una serie de conceptos ya trabajados por el mismo y por lo tanto no le deberían resultar de ninguna dificultad.

La **observación** directa y la realización de **entrevistas** grupales del alumnado nos permitirán analizar desde la actitud y grado de implicación en las actividades y materia, así como la comprensión y aplicación práctica de los conceptos aprendidos.



a. Criterios de Evaluación.

| | | | | |
|------------------------|------------------------|------------------|----------------|-----|
| Participación en clase | Observación/Entrevista | Análisis actitud | hasta 2 puntos | 20% |
| Realización del Diario | Portfolio | Trabajo autónomo | hasta 4 puntos | 40% |
| Prueba evaluación. | Examen | Conocimientos | hasta 4 puntos | 40% |

b. Instrumentos de Evaluación.

1. Diario / Portfolio.

El alumno desarrollará un Diario o Portfolio donde se recojan aspectos básicos del temario en un Glosario de Términos que no van a ser trabajados en clase y que de manera complementaria y utilizando la estrategia “flipped classroom” trabajará por su cuenta en casa.

2. Prueba de evaluación.

La prueba de evaluación consiste en realizar un ejercicio escrito en el cual los alumnos deberán elegir una empresa (online, física, ambas) que conozcan y desarrollar todo lo que se ha visto en la unidad teniendo en cuenta incluir los siguientes conceptos.

1. Función comercial de la empresa. ¿a qué se dedica?
2. Productos.
3. Precios. Estrategias.
4. Distribución. Canales y estrategias.
5. Comunicación. Tipos. Online-Offline.
6. Imagen. Logo, marca (dibújalos)
7. Si tiene política de RSC. ¿en qué consiste?
8. Clasifica tu empresa entre los siguientes tipos de empresa:

- Franquicia.
- CategoryKyller.
- E-Commerce
- Establecimiento Discount
- Tienda de conveniencia
- Vending
- Tradicional.
- Multinacional
- PYME



7. Tratamiento de la información.

Recordamos que las fuentes de obtención de información de nuestra investigación provienen del **Portfolio**, teniendo en cuenta el contenido de las respuestas a las preguntas propuestas y de la **entrevista tipo conversación** tras la realización de las diversas actividades propuestas en clase y principalmente de la actividad de “la clase fuera del aula”. Además tendremos en cuenta aspectos de actitud del alumnado en el desarrollo de las clases así como en las entrevistas. Finalmente, valorar la asistencia permite una visión del alumnado disruptivo.

Concretamente nos interesa saber si:

- La forma de desarrollar la clase a través de actividades ayuda **a comprender la materia**.
- El proceso de evaluación fomenta la **asimilación de contenidos**.

7.1. Codificación.

Las valoraciones siguen el siguiente razonamiento:

| | 0 | 1 | 2 |
|-------------------|---|---|---|
| ASISTENCIA | No Asiste | Asistencia dispar | Asiste |
| ACTITUD | No asiste o su actitud es como si no estuviese. | Asiste pero tiene una baja implicación. | Asiste con una media - alta implicación |
| ENTREVISTA | No participa | Implicación media | Alta implicación |
| PORFOLIO | No lo entrega | Nivel bajo – medio | Nivel alto |

| ALUMNOS | ASISTENCIA | ACTITUD | ENTREVISTA | PORFOLIO |
|----------|------------|---------|------------|----------|
| Alumno1 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Alumno2 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Alumno3 | 2 | 2 | 2 | 1,75 |
| Alumno4 | 1 | 2 | 1 | 0 |
| Alumno5 | 1 | 2 | 1 | 0 |
| Alumno6 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Alumno7 | 2 | 1 | 1 | 1,5 |
| Alumno8 | 1 | 2 | 2 | 0 |
| Alumno9 | 2 | 2 | 1 | 1,95 |
| Alumno10 | 1 | 2 | 1 | 0 |
| Alumno11 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Alumno12 | 2 | 2 | 2 | 1,99 |
| Alumno13 | 2 | 2 | 2 | 1,9 |
| Alumno14 | 1 | 2 | 2 | 0 |
| Alumno15 | 2 | 2 | 1 | 1,8 |
| Alumno16 | 2 | 2 | 2 | 1,8 |
| Alumno17 | 1 | 2 | 2 | 0 |
| Alumno18 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Alumno19 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Alumno20 | 2 | 2 | 2 | 1,8 |
| Alumno21 | 2 | 2 | 2 | 1,9 |
| Alumno22 | 2 | 2 | 1 | 1,75 |

7.2. Tabulación de datos.

ALUMNOS QUE PARTICIPAN EN LA INVESTIGACIÓN.

| | MUESTRA | TASA ERROR | | PARTICIPANTES | |
|---------|---------|------------|-----|---------------|-----|
| ALUMNOS | 22 | 4 | 20% | 18 | 80% |

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | ∑ | X | % |
|------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|
| ASISTENCIA | 2 | 0 | 2 | 1 | 1 | 0 | 2 | 1 | 2 | 1 | 0 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 0 | 2 | 2 | 2 | 2 | 30 | 1,4 | 68% |

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | ∑ | X | % |
|---------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|
| ACTITUD | 2 | 0 | 2 | 2 | 2 | 0 | 1 | 2 | 2 | 2 | 0 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 0 | 2 | 2 | 2 | 2 | 35 | 1,6 | 80% |

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | ∑ | X | % |
|------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|
| ENTREVISTA | 2 | 0 | 2 | 1 | 1 | 0 | 1 | 2 | 1 | 1 | 0 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 0 | 2 | 2 | 2 | 1 | 29 | 1,3 | 66% |

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | ∑ | X | % |
|----------|---|---|------|---|---|---|-----|---|------|----|----|------|-----|----|-----|-----|----|----|----|-----|-----|------|------|---|-----|
| PORFOLIO | 2 | 0 | 1,75 | 0 | 0 | 0 | 1,5 | 0 | 1,95 | 0 | 0 | 1,99 | 1,9 | 0 | 1,8 | 1,8 | 0 | 0 | 2 | 1,8 | 1,9 | 1,75 | 22,1 | 1 | 50% |

| | ∑ | X | % |
|------------|-------|-----|-----|
| ASISTENCIA | 30 | 1,4 | 68% |
| ACTITUD | 35 | 1,6 | 80% |
| ENTREVISTA | 29 | 1,3 | 66% |
| PORFOLIO | 22,14 | 1 | 50% |



Las siguientes tablas recogen preguntas realizadas a los alumnos durante la fase de entrevista – conversación fundamentando las **hipótesis** planteadas como objeto de nuestra **investigación**. Las cuales se realizaron sobre los 18 alumnos que sí participaron en las diversas sesiones.

| La impartición de la clase a través de actividades ayuda a comprender la materia. | SI | NO |
|---|-----------|----------|
| Alumno1 | 1 | 0 |
| Alumno2 | 1 | 0 |
| Alumno3 | 1 | 0 |
| Alumno4 | 1 | 0 |
| Alumno5 | 1 | 0 |
| Alumno6 | 1 | 0 |
| Alumno7 | 1 | 0 |
| Alumno8 | 1 | 0 |
| Alumno9 | 1 | 0 |
| Alumno10 | 1 | 0 |
| Alumno11 | 1 | 0 |
| Alumno12 | 1 | 0 |
| Alumno13 | 1 | 0 |
| Alumno14 | 1 | 0 |
| Alumno15 | 1 | 0 |
| Alumno16 | 1 | 0 |
| Alumno17 | 1 | 0 |
| Alumno18 | 1 | 0 |
| TOTALES | 18 | 0 |

| El proceso de evaluación fomenta la asimilación de contenidos. | SI | NO |
|--|-----------|----------|
| Alumno1 | 1 | 0 |
| Alumno2 | 1 | 0 |
| Alumno3 | 1 | 0 |
| Alumno4 | 1 | 0 |
| Alumno5 | 1 | 0 |
| Alumno6 | 1 | 0 |
| Alumno7 | 1 | 0 |
| Alumno8 | 1 | 0 |
| Alumno9 | 1 | 0 |
| Alumno10 | 1 | 0 |
| Alumno11 | 10 | 0 |
| Alumno12 | 1 | 0 |
| Alumno13 | 1 | 0 |
| Alumno14 | 1 | 0 |
| Alumno15 | 1 | 0 |
| Alumno16 | 1 | 0 |
| Alumno17 | 1 | 0 |
| Alumno18 | 1 | 0 |
| TOTALES | 18 | 0 |

8. Análisis e interpretación.

Una vez analizada la información y tabulado los datos de los distintos indicadores marcados nos interesa **interpretar** cómo podemos dar respuesta a **los indicadores** que forman parte de **nuestra investigación** y dar así respuesta a nuestras **hipótesis** marcadas en el punto 5.

- El método de desarrollar la clase a través de actividades ayuda a comprender la materia.
- El proceso de evaluación fomenta la asimilación de contenidos.

En el análisis de los datos partimos de una situación que no solamente influye numéricamente en la tabulación de los datos empleados, si no que también repercute en la interpretación de los mismos. Además y desde un punto de vista experiencial y vivencial de la experiencia docente no contar con la participación de 4 alumnos nos hace ya ver como un pequeño fracaso sobre el grupo no haber conseguido la atención y por lo tanto haber influido en la motivación e implicación de ese alumnado. 4 alumnos suponen un 20% de la clase y en un contexto estadístico sus resultados negativos sin duda influyen en los resultados del análisis realizado.

No vamos a entrar a considerar las variables *sexo* (chicos, chicas), *nivel cultural*, *procedencia* ni *nivel de diversidad* porque realmente ese no es el objetivo de nuestra investigación. Sin duda estas variables permitirían ampliar esta investigación a una **segunda fase** donde se midieran cómo los cambios propuesta afectan a esta diversificación.

- **ASISTENCIA.**

La asistencia a clase es un indicador a tener en cuenta porque ya nos determina el nivel de implicación del alumnado. "Lo difícil es conseguir que entren". Una vez dentro del aula ya hemos conseguido una gran victoria. Su implicación ya depende de cómo dirijamos el grupo y sin duda nuestras estrategias con el empleo de metodologías activas deberán redundar principalmente en su actitud, motivación e implicación.

Como indicábamos en la introducción a este punto, no se consiguió con un grupo de alumnos que dieran este paso. Ni siquiera les llamó la atención lo que un nuevo docente podía ofrecerles. Desde un punto de vista numérico afecta a los resultados globales al tratarse de un 20% del total de la clase.



| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | ∑ | X | % |
|------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|
| ASISTENCIA | 2 | 0 | 2 | 1 | 1 | 0 | 2 | 1 | 2 | 1 | 0 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 0 | 2 | 2 | 2 | 2 | 30 | 1,4 | 68% |

Los datos tabulados nos muestran el nivel de Asistencia donde:

0 representa la no asistencia.

1 representa una asistencia no total (sobre un total de 6 sesiones)

2 representa una asistencia total.

| | 0 | 1 | 2 |
|------------|---|---|----|
| ASISTENCIA | 4 | 6 | 12 |

El grupo sobre el que hemos trabajado está compuesto sobre un total de 18 alumnos de los cuales solo 12 han participado de la totalidad de actividades propuestas, un **55%** del grupo.

• **ACTITUD.**

Sin duda es la clave para conocer el nivel de implicación y motivación del alumnado. La actitud en clase le va a permitir una mejor asimilación de los objetivos que se plantean en las actividades diseñadas siendo clave en la *Taxonomía Solo* y niveles de aprendizaje.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | ∑ | X | % |
|---------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|
| ACTITUD | 2 | 0 | 2 | 2 | 2 | 0 | 1 | 2 | 2 | 2 | 0 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 0 | 2 | 2 | 2 | 2 | 35 | 1,6 | 80% |

En nuestro análisis cabe destacar que de los alumnos asistentes tan solo 1 alumno no demostró una actitud activa en el desarrollo de las actividades.

| | 0 | 1 | 2 |
|---------|---|---|----|
| ACTITUD | 4 | 1 | 17 |

Una vez analizada la asistencia y la actitud de los alumnos pasamos a interpretar aquellos aspectos que sin duda arrojarán resultados sobre el objetivo de nuestra investigación de acuerdo con las hipótesis planteadas.

• **ENTREVISTA.**

La entrevista nos permite establecer un diálogo abierto con el alumnado, conociendo sus opiniones y pidiendo expongan su opinión como método variable, distendido, coloquial y espontáneo de recogida de información.

¿Cómo lo hemos medido cuantitativamente? Dependiendo del nivel de participación del alumnado o de la calidad del contenido de estas conversaciones, siendo así una variable subjetiva a la opinión del evaluador.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | Σ | X | % | |
|------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|---|----|-----|-----|
| ENTREVISTA | 2 | 0 | 2 | 1 | 1 | 0 | 1 | 2 | 1 | 1 | 0 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 0 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 29 | 1,3 | 66% |

De esta manera.

0 representa la no opinión o participación.

1 representa una baja participación o sin calidad en su contenido

2 representa una alta participación y de calidad.

| | 0 | 1 | 2 |
|------------|---|---|----|
| ENTREVISTA | 4 | 7 | 11 |

En los resultados podemos observar que 11 alumnos, un **50%**, mostraron una alta implicación y motivación en las actividades planteadas, siendo sin duda serán los valedores de la metodología empleada.

• **PORFOLIO.**

El Diario o Portfolio es un elemento de trabajo que permite al alumno un trabajo autónomo y complementario al trabajo que se realiza en clase, siendo el principal elemento evaluador de metodología "flipped classroom".

En nuestro caso se evaluó el contenido del trabajo realizado, asignando 1 punto a quien entregara el Porfolio, independientemente del contenido de éste ya que demostraba el interés e implicación y un trabajo paralelo al desarrollado en las sesiones.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | Σ | X | % |
|-----------|---|---|------|---|---|---|-----|---|------|----|----|------|-----|----|-----|-----|----|----|----|-----|-----|------|------|---|-----|
| POR FOLIO | 2 | 0 | 1,75 | 0 | 0 | 0 | 1,5 | 0 | 1,95 | 0 | 0 | 1,99 | 1,9 | 0 | 1,8 | 1,8 | 0 | 0 | 2 | 1,8 | 1,9 | 1,75 | 22,1 | 1 | 50% |

De los datos planteados este punto es el que ofrece una mayor variabilidad ya que dependiendo del nivel de respuestas y trabajo se calificaba numéricamente.

| | 0 | 1 - 2 |
|------------------|----|-------|
| PORTFOLIO | 10 | 12 |

A los 4 alumnos que no participaron en ninguna de las sesiones hay que unir 6 que no entregaron el Porfolio. Mencionar que el trabajo se recogió el último día de clase y que debido a diversas justificaciones tan solo acudieron ese día a clase 12 alumnos siendo a los únicos a los que se pudo evaluar, lo cual sin duda también afecta desde un punto de vista estadístico. Cierto es que si hubieran realizado el trabajo no se preocuparon en comunicármelo o hacérmelo llegar con un compañero u otros medios posibles.

Esto supone que un **55%** de los alumnos mostraron una participación activa con esta nueva metodología de trabajo.

- METODOLOGIA.**

Contamos con un total de 18 alumnos activos sobre los que poder aplicar nuestro proyecto investigador, lo que supone un **80%** de la muestra. Todos ellos concluyeron que *“la impartición de la clase a través de actividades ayudaba a comprender la materia”* ya que el resto de profesores aunque utilizan algún tipo de actividad son más puntuales.

Mencionábamos en la metodología para llevar a cabo la investigación, que el uso de **PowerPoint** como herramienta para captar la atención del alumno hacia un punto del aula, fijando su atención e interés. Durante las entrevistas algún alumno llegó a mencionar que se *“abusaba”* en el uso de esta aplicación, sin duda movido por la comparativa con el resto de profesores que no utilizan elementos gráficos y siguen el libro de texto.



La **visualización de vídeos** nos permitía ilustrar con ejemplos los conceptos que se estaban estudiando, captando la atención del alumno e implicándolo en el temario haciendo las sesiones más “divertidas” según las opiniones recogidas.

El diseño de **otro tipo de actividades** como por ejemplo *Kahoot*, ofrecía una implicación extra del alumnado y que nos permitía aplicar y evaluar los conceptos estudiados

Finalmente **la clase fuera del aula** les permitió a través de la innovación obtener una visión de la realidad y una aplicabilidad de todo lo que se había visto en el aula recogido en un nivel de excitación máximo del grupo participante durante la entrevista grupal mantenida al finalizar la actividad y como elemento evaluador de la misma.

- **PROCESO DE EVALUACIÓN.**

De los 18 alumnos participantes de nuestro proceso innovador, concluyeron en su totalidad que “*el proceso de evaluación fomenta la asimilación de contenidos*”, sin duda en comparativa al proceso de evaluación seguido por el resto de profesores.

Recordamos que la evaluación se llevó a cabo desde una triple óptica:

- Diario - Portfolio.
- Entrevistas - conversaciones del alumnado
- Observación de la actitud e implicación del alumnado en el desarrollo de las clases.

Aunque ellos solo se percataban que se les evaluaba en base al Diario – Porfolio.

La evaluación nos permite conocer el grado de trabajo y de aprovechamiento, pero sin duda y desde el punto de vista de la **Taxonomía SOLO** si el alumno *se fija y potencia varios aspectos estudiados de forma independiente* (nivel 3 o Multiestructural), si *enlaza e integra las partes de forma coherente, comprende su significado, analiza, relaciona, compara y razona lo estudiado* (nivel 4 o relacional), o si el alumno *va más allá de la información dada, investigando, produciendo hipótesis, planificando* (nivel 5 o extenso), habiendo encontrado estos 3 niveles de alumnos en nuestro grupo gracias a la metodología de evaluación empleada.

Resumen:

- Un **80%** de los alumnos asiste y participa de una manera activa.
- Entre un **50%** y un **55%**, mostraron una alta implicación y motivación en las actividades planteadas.



9. Conclusiones.

Las conclusiones al presente trabajo de innovación no dejan de ser un elemento de evaluación del propio proyecto ya que arrojará aquellos aspectos positivos, negativos y a mejorar.

La inmersión en el aula con el contacto directo con el alumnado y la posibilidad de poder impartir materia no solo te enfrenta a la realidad educativa y condicionantes existentes si no que además te permite implementar diversas metodologías estudiadas y poder poner en práctica aspectos innovadores y poder medir su efecto sobre el alumnado.

El empleo de **metodologías activas** exige una implicación en el alumno para que el desarrollo de la sesión sea efectivo consiguiendo de esta manera no solo que el alumno esté físicamente en el aula, si no que también participe. Dependerá de nuestra labor despertar su curiosidad para seguir ampliando información y trabajándola si le ofrecemos una metodología de trabajo como la inversa o *flipped classroom*.

No hemos encontrado una especial diferenciación en relación a la metodología empleada entre sexos, origen, nivel de integración, diversidad, siendo sin duda un aspecto a tener en cuenta para poder ampliar el estudio desarrollando una **segunda fase** donde se pueda contar con unos resultados iniciales de los niveles de implicación y aprovechamiento de los alumnos para poderlos comparar tras la aplicación de la metodología propuesta tanto de forma grupal como individualizada, siendo sin duda una mayor proyección temporal para poder obtener aspectos concluyentes.

Realmente aplicar cambios sobre una unidad didáctica solo despierta la curiosidad del alumno pero no influye en su metodología de trabajo ni en su implicación ni motivación, concluyendo de esta manera sobre la afirmación expuesta en la Justificación previa a este proyecto de innovador en el que pretendíamos probar que *“Un grano si hace montaña. Cómo a través de la impartición de un tema de una asignatura **puede** cambiarse la implicación del alumnado”*. El término verbal es correcto PUEDE pero el peso que deja la utilización es nulo sobre el conjunto ya que no tiene un carácter de continuidad.

Sin duda esta metodología requiere del profesorado una mayor implicación con una preparación más exhaustiva de los temarios y la preparación de diversas actividades complementarias que permitan un desarrollo dinámico de las sesiones y por lo tanto una mayor implicación del alumnado, donde el profesor se preocupa de lo que el alumno **HACE, antes, durante y después**. Es decir, un cambio en su actitud donde entienda que es

necesario **comprender y activar a los estudiantes** para que no sea un ente pasivo, preocupándose por el resultado del aprendizaje de su enseñanza que es lo defiende Biggs en su *nivel 3 de profesorado*.

En relación con las *hipótesis, variables e indicadores* planteados hemos podido demostrar que:

HIPOTESIS.

1. Cómo si cambia la implicación del profesorado con el uso de *metodologías activas* haciendo interesante el temario trabajando sobre la metodología y las actividades durante la impartición del temario, cambia la percepción del alumno, su actitud, y por lo tanto su propia implicación y aprovechamiento de la materia.
2. Cómo el trabajo a través de la metodología *flipped classroom* de los conceptos marcados en clase, permite al alumnado una mejora del aprendizaje a través de su implicación y trabajo, permitiendo desarrollar al alumno el trabajo independiente produciendo un aprendizaje significativo de lo que está estudiando.
3. Cómo la aplicación de los conceptos analizados en el aula tienen una aplicación en un entorno real empresarial, permite al alumno percibir la realidad comprendiendo mejor el contenido teórico.

VARIABLES.

1. Cómo las actividades innovadoras empleadas en el desarrollo de la clase potencian el desarrollo de la automotivación e implicación del alumno, desarrollando la capacidad de trabajo autónomo así como la capacidad de comunicar ideas y razonamientos y por lo tanto la implicación del alumnado.
2. Cómo el empleo de diferentes recursos y actividades durante la impartición de la materia, el desarrollo de actividades específicas diseñadas, permiten aplicar elementos y herramientas del marketing y valorar la importancia de la imagen corporativa por parte del alumno.
3. Cómo la clase fuera del aula permite aplicar los conceptos trabajados.
4. Cómo el trabajo autónomo complementario (*flipped classroom*) permite alcanzar una mayor asimilación de los conceptos trabajados que el estudio para un examen.

INDICADORES.

1. Cómo el método de desarrollar la clase empleado a través de actividades ayuda a comprender la materia.
2. Cómo el proceso de evaluación fomenta la asimilación de contenidos por parte del alumno.

Vivimos un momento complejo en lo relativo al sistema de educación centrado en objetivos, resultados, tasas, profesores anclados en fórmulas retrogradas y solo motivados por cumplir con su programación y su horario (que es lo que les exige la administración), distanciándonos del verdadero objetivo, el alumno.

Sin duda, la escuela precisa de una revolución en sus formas. Todo el mundo sabe dar clase de la manera clásica. La mejora continua, aplicada a la educación, debe permitirnos innovar y generar cambio, que es lo que se nos está solicitando desde la sociedad.

Los docentes (o futuros docentes) somos dueños de nuestro destino. Nuestras metas o fines son aquellas aspiraciones que derivan de los ideales y que obligan a marcarnos los pasos (objetivos) que hemos de dar para conseguirlos. **Nuestra implicación** es clave para ello, siendo éste el **objetivo de este proyecto**. Tratar de poner en valor:

- Cómo hacer interesante el temario trabajando sobre la metodología y las actividades durante la impartición del temario.
- Cómo permitir al alumnado una mejora del aprendizaje a través de su implicación y trabajo.
- Cómo la aplicación de los conceptos analizados en el aula tienen una aplicación en el entorno real.

Porque,

- Si cambia la implicación del profesorado, con el uso de *metodologías activas*, cambia la percepción del alumno, su actitud, y por lo tanto su propia implicación y aprovechamiento de la materia.
- Si la aplicación de los conceptos vistos en el aula tienen una aplicación en un entorno real empresarial, permiten al alumno percibir la realidad comprendiendo mejor el contenido teórico.

"Cuando uno escribe, es como tirar una piedra a un estanque. Uno no sabe hasta donde van a llegar las ondas" Maria Isabel Molina.

10. BIBLIOGRAFÍA.

- Antonio Valle Arias, Ramón González Cabanach y Susana Rodríguez Martínez. (2006) Reflexiones sobre la motivación y el aprendizaje a partir de la Ley orgánica de Educación (L.O.E.): "Del dicho al hecho". Papeles del Psicólogo, 2006. Vol. 27(3), pp. 135-138 Universidad de La Coruña.
- Alonso Tapia, J. (1991). Motivación y aprendizaje en el aula. Cómo enseñar A pensar. Madrid. Santillana.
- Alonso Tapia, J. (1997). Motivar para el aprendizaje. Teoría y estrategias. Madrid. Colección. Innova. Barcelona. Ed. Edebé
- Alonso Tapia, J. (2001) "Motivar a los estudiantes y enseñar a motivarse", Santillana, pag.101, 6-12.
- Bisquerra, R. (2004). Metodología de la investigación educativa. Madrid. Ed. La muralla.
- Burón, J. (1994) *Motivación y aprendizaje*. Bilbao. Ed Mensajero.
- Elboj, C. y cols. (2002). Comunidades de aprendizaje. Transformar la educación. Barcelona: Editorial Graó.
- Escaño, J., Gil de la Serna, M. (2006). Motivar a los estudiantes y enseñarles a implicarse en el trabajo escolar. Motivar para el aprendizaje. Teoría y estrategias, Barcelona, Edebé.
- Huertas, J. (1997). Motivación: querer aprender. Argentina: Ed Aique.
- Labrador Piquer, M.J., Andreu Andres, M. A. (2008). Metodologías activas. Valencia. UPV.
- Lamas Rojas, H. (2008). Aprendizaje autorregulado, motivación y rendimiento académico. Lima. Liberabit.
- Nuñez del Río, M.C., Fontana Abad, M. (2009). Características del profesor que favorece la motivación por el aprendizaje en alumnos de ESO. REOP. Vol. 20, No. 3, 3er Cuatrimestre, 2009, pp. 257-269.
- http://politica.elpais.com/politica/2017/03/19/actualidad/1489926109_765364.html
- http://politica.elpais.com/politica/2016/05/26/actualidad/1464271242_445283.html
- http://politica.elpais.com/politica/2016/05/26/actualidad/1464262077_904773.html
- http://politica.elpais.com/politica/2016/05/26/actualidad/1464258460_668916.html
- www.lavanguardia.com/vida/20100220/53894247813/escolares-sin-motivacion.html
- www.orientaeduc.com/orientacion/asesoramiento/70-motivacion-y-fracaso-escolar



- <http://dle.rae.es/?id=Lgx0cfV>
- www.consumer.es/web/es/educacion/extraescolar/2010/03/17/191777.php
- <http://quintobinvestigaciones.blogspot.com.es/>
- www.papelesdelpsicologo.es/resumen?pii=1370

“El presente documento contiene el “proyecto innovador” para la asignatura de Evaluación e innovación docente e investigación educativa en Admón, Comercio, Hostelería, Informática y F.O.L. desarrollado como método de calificación el cual tiene una aplicación exclusiva de uso académica.”

“Ningún contenido del presente documento podrá ser copiado o publicado sin el previo consentimiento del autor”.

Felipe Gonzalo Cortés.

Mayo 2017.



ANEXO.

CONTENIDOS Y EJERCICIOS DEL DIARIO / PORTFOLIO.

1. Mercado, Función Comercial y Concepto de Marketing.

- Define qué es Sinergia y relaciónalo con el desarrollo de la política comercial de una empresa.

- Define:

- Demanda total.
- Demanda empresa
- Demanda potencial
- Ventaja competitiva.

2. Plan de marketing. Imagen, Cultura de Empresa y RSC.

- Relaciona personas – entorno – procesos.

- Elige una empresa que conozcas y analiza su cultura empresarial. Enumera ejemplos de líderes y símbolos y valores que la forman.

- Mediante ejemplos, ilustra la diferencia que existe entre:

- Nombre y logo de la marca. (Define los términos)
- Marca de distribución y segundas marcas.

- Define imagen corporativa, cultura empresarial y RSC.

- Busca en Internet una empresa que se defina como *Socialmente Responsable* y explica razonando que exponen en la web para ello.

- Existe alguna relación entre relaciones públicas, atención al cliente y construcción de imagen corporativa? ¿es importante contar con un sistema de comunicación global?

- ¿cuál es la finalidad de la imagen corporativa?

- Define con tus palabras el concepto de *Stakeholders*.

3. Producto.

- Recoge los términos de los siguientes conceptos:

- Atributo tangible e intangible.
- Atributo identificativo y subjetivos.
- Producto potencial.
- Producto aumentado.



- Producto esperado.
- Producto básico
- Beneficio básico.
- Ciclo de vida del producto.
- Bien complementario y bien sustitutivo.
- Diferencia entre envase y embalaje.

4. Precio.

- Diferencia entre valor y precio.
- ¿qué características debería tener una empresa que de3sea entrar al mercado con una estrategia de precios mínimos? ¿y con precios de penetración?
- Identifica el concepto de *precios fijados por Ley* y pon ejemplos.
- Recoge el significado de *precios psicológicos*.

5. Distribución.

Recoge los siguientes conceptos:

- Canal Directo
- Canal Corto
- Canal largo.

6. Comunicación.

- ¿Interactúas con alguna empresa a través de las Redes Sociales o blogs? ¿Obtienes beneficios? (ejemplo descuentos promocionales) ¿qué beneficio obtienen las empresas?
- Pon un ejemplo de cómo las nuevas tecnologías han influido en la forma de utilizar las herramientas de marketing.
- Explica el concepto de marketing.



POSTER. CUADRO RESUMEN.

CONTEXTO.

- C.P.I.F. CORONA DE ARAGON.
- Técnico Gestión Administrativa. Grado Medio.
- Curso 1º de Grado Medio.

OBJETIVO.

- Investigar si la desmotivación educativa en el proceso de enseñanza – aprendizaje está relacionada con la implicación del profesorado según **Biggs**.
- Analizar e implementar cómo aplicar el Nivel 3 de profesorado según **Biggs** y los niveles 4-5 de la perspectiva del conocimiento de la Taxonomía de **SOLO** en el aula.

HIPÓTESIS.

- Cómo hacer interesante el temario trabajando sobre la metodología y las actividades durante la impartición del temario.
- Cómo el trabajo a través de la metodología *flipped classroom*, permite al alumnado una mejora del aprendizaje a través de su implicación y trabajo.
- Si el alumno trabaja independiente y paralelamente al desarrollo de la materia produce un *aprendizaje significativo*.
- Cómo la aplicación de los conceptos analizados en el aula tienen una aplicación en un entorno real empresarial.

METODOLOGIA.

- Escuela inclusiva
- Clase invertida
- Metodologías activas
- Nivel profesorado 3 según Biggs

RESULTADOS.

- Un **80%** de los alumnos asiste y participa de una manera activa.
- Entre un **50%** y un **55%**, mostraron una alta implicación y motivación en las actividades planteadas.

CONCLUSIONES.

- Si cambia la implicación del profesorado, con el uso de *metodologías activas*, cambia la percepción del alumno, su actitud, y por lo tanto su propia implicación y aprovechamiento de la materia.
- Si la aplicación de los conceptos vistos en el aula tienen una aplicación en un entorno real empresarial, permiten al alumno percibir la realidad comprendiendo mejor el contenido teórico.



PORTAFOLIO

Diseño, organización y desarrollo actividades para el aprendizaje de la Admón, Comercio, Hostelería, Informática y F.O.L.

**“Elaboración del diseño de las actividades didácticas
de una Unidad Didáctica”**

Máster en Profesorado

Mayo 2017

Felipe Gonzalo Cortés

NIP. 465221



Elaboración del diseño de las actividades didácticas de una Unidad Didáctica

| | |
|--|-----------|
| 1. Contextualización. | 2 |
| 2. Temporalización y secuenciación de los contenidos. | 3 |
| 3. Justificación. | 5 |
| 4. Objetivos, contenidos y competencias asociadas. | 6 |
| 5. Metodología. | 7 |
| 6 Actividades de Enseñanza/Aprendizaje. | 8 |
| 7. Materiales y recursos utilizados. | 16 |
| 8. Evaluación: criterios e instrumentos de evaluación y criterios de calificación con sus correspondientes porcentajes. | 17 |
| 9. Recuperaciones | 18 |
| 10. Atención a la diversidad. | 19 |
| 11. Tabla de Validación de la Unidad. | 20 |
| 12. Bibliografía. | 21 |

1. Contextualización.

- Características de la clase elegida:

El primer curso de Grado Medio del ciclo de Gestión Administrativa está formado por un total de 30 alumnos. De estos 30 alumnos nos encontramos con 3 alumnos provenientes de África, 4 de Rumania, 1 de Europa del este, 5 de Latinoamérica. Además hay una alumna con movilidad reducida que precisa de silla de ruedas.

Hay alumnos que proceden de la FPB, otros de otros módulos formativos y el resto de la ESO.

Según lo observado durante el Prácticum I los alumnos provenientes de diferentes países africanos son los que mayor problema plantean con el lenguaje. En general destaca una baja motivación y baja estima por parte del profesorado que desde el principio fue encasillado como un grupo problemático.

- Contextualización en el currículum oficial:

La ORDEN de 26 de julio de 2010, de la Consejera de Educación, Cultura y Deporte, por la que se establece el currículum del título de Técnico en Gestión Administrativa para la Comunidad Autónoma de Aragón, recoge el currículum del título de Técnico en Gestión Administrativa, determinado por el Real Decreto 1631/2009, de 30 de octubre, siendo de aplicación en los centros educativos que desarrollen las enseñanzas del ciclo formativo correspondientes al título de Técnico en Gestión Administrativa en Aragón.

En su Anexo I, hace referencia a los distintos módulos profesionales que se imparten. En mi caso, el Módulo profesional: “Comunicación empresarial y atención al cliente” con el código: 0437 y una duración de 160 horas recoge la UF0437_22 Relación Cliente-Empresa de una duración de 80 h donde se incluye en su contenido “la potenciación de la imagen empresarial”.

La actividad a realizar consiste en la impartición de la Unidad 9 “Potenciación de la imagen empresarial” del libro de Fco. Javier Ariza Ramirez y Juan Manuel Ariza Ramirez, McGrawHill 2012, “Comunicación y atención al cliente”.

2. Temporalización y secuenciación de los contenidos.

Este módulo tiene una asignación horaria de 5 horas semanales repartidas en 3 sesiones.

Se imparten de la siguiente manera

| | |
|---------|-------------------------|
| Lunes. | 13:05 a 13:55 (1 hora) |
| Martes | 08:05 a 9:50 (2 horas) |
| Viernes | 12:10 a 13:55 (2 horas) |

Se estima por parte del profesor de la asignatura una temporalización por tema de cada módulo un mínimo de 6 sesiones (un total de 10 horas)

La unidad está compuesta de los siguientes apartados:

1. La función comercial de la empresa.
2. Marketing: concepto y niveles de desarrollo.
3. Implantación del plan de marketing.
4. El producto y sus estrategias
5. El precio y sus estrategias
6. El acercamiento físico al cliente. La distribución.
7. Estrategias de comunicación con el cliente.
8. Imagen y cultura de empresa: Responsabilidad social corporativa.

Como ya hemos comentado, para la impartición de esta unidad se cuenta con un total de 10 horas, las cuales quedarán repartidas de la siguiente manera:

- 1h. Toma de contacto y conocimiento del grupo. Técnicas de cohesión.
- 1h. Presentación de la unidad y objetivos.
- 1h. Mercado, función comercial y concepto de marketing.
- 2h. Plan de marketing. Imagen y cultura de empresa: Responsabilidad social corporativa
- 1h. El producto y sus estrategias. El precio y sus estrategias
- 1h. La distribución. Estrategias de comunicación con el cliente.
- 1h. La clase fuera del aula.
- 1h. Actividades de refuerzo.
- 1h. Conclusiones y evaluación.



Con la siguiente representación gráfica.

| TEMAS | LUNES | MARTES | VIERNES | LUNES | MARTES | VIERNES |
|---|-------|--------|---------|-------|--------|---------|
| Conocer el Mercado, función comercial y concepto de marketing. | | | | | | |
| Qué es el Plan de marketing. Imagen y cultura de empresa: Responsabilidad social corporativa | | | | | | |
| El producto y sus estrategias. El precio y sus estrategias | | | | | | |
| La distribución. Estrategias de comunicación con el cliente. | | | | | | |
| La clase fuera del aula. | | | | | | |
| Actividades de refuerzo. | | | | | | |
| Conclusiones y evaluación. | | | | | | |

3. Justificación.

El **módulo** queda desarrollado en el anexo I, cumpliendo lo previsto en el artículo 14 del Real Decreto 1538/2006, de 15 de diciembre.

El sentido de la **unidad** dentro del título queda reflejado al potenciar la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing tal y como viene indicado en el Real Decreto.

Mi tutora durante el Practicum I y debido a mi especialización en marketing decidió que pudiera impartir esta unidad dentro del módulo indicado, tanto por mi formación específica como por mi experiencia en el campo del marketing.

Aunque se trata de un grado medio, de Gestión Administrativa, obtener conocimientos básicos sobre marketing, lo son para su propio desarrollo profesional, como para un especialista en marketing le es imprescindible tener unos conocimientos básicos en Contabilidad.

La visión del marketing como una herramienta de comunicación de la empresa, les hará entender el valor de la marca y la necesidad de que cualquier documento que manejen, como propiedad de la empresa, deberá ir identificado con un logo-marca la importancia de la imagen corporativa, los costes inherentes al marketing (publicidad y merchandising principalmente) dentro de una Contabilidad o la importancia que actualmente se le otorga a la Responsabilidad Social Corporativa.

| |
|---|
| 4. Objetivos, contenidos y competencias asociadas. |
| - <u>COMPETENCIAS</u> que se van a trabajar en la UT. |
| Desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario en el ámbito administrativo y comercial asegurando los niveles de calidad establecidos y relacionados con la imagen de la empresa /institución. |
| - <u>OBJETIVOS</u> de la Unidad Didáctica. |
| <ul style="list-style-type: none">✓ Identificar el concepto de marketing.✓ Reconocer las funciones y objetivos principales del marketing.✓ Valorar la importancia del departamento de marketing✓ Diferenciar los elementos del marketing mix.✓ Valorar la importancia de la imagen corporativa.✓ Valorar la importancia de las relaciones públicas.✓ Atención al cliente. |
| - <u>RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN.</u> |
| <ol style="list-style-type: none">1. Se ha identificado el concepto de marketing.2. Se han reconocido las funciones principales del marketing.3. Se ha valorado la importancia del departamento de marketing.4. Se han diferenciado los elementos y herramientas básicos que componen el marketing.5. Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa.6. Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa.7. Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing. |
| - <u>CONTENIDOS</u> de la Unidad Didáctica. |
| <ul style="list-style-type: none">✓ El marketing en la actividad económica: su influencia en la imagen de la empresa.✓ Naturaleza, definición, función, elementos del marketing y alcance del marketing.✓ La imagen corporativa.✓ Políticas de comunicación:<ul style="list-style-type: none">• La publicidad: Concepto, principios y objetivos. Publicidad ilícita, los |



medios, soportes y formas publicitarias.

- Las relaciones públicas.
 - La Responsabilidad Social Corporativa
- ✓ Aplicación de las técnicas de marketing como medio de potenciación de la imagen de la empresa.

5. Metodología.

Mi objetivo es desarrollar una metodología correspondiente a la “*escuela inclusiva*”, donde trataré de atender las necesidades de aprendizaje de todos los alumnos teniendo en especial atención a aquellos más vulnerables a la marginalidad y la exclusión social.

La educación inclusiva es considerada como un proceso que toma en cuenta y responde a las diversas necesidades asociadas a la discapacidad y al ambiente, pero no exclusivamente a ellas. Esto implica que las escuelas deben reconocer y responder a las diversas necesidades de los estudiantes sin distinción de raza, fe o condición social y cultural.

Para ello me centraré en desarrollar un nivel de profesor 3, (según Biggs, 2006) el cual se centra en la “nueva escuela”, donde el profesor se preocupa de lo que el alumno **HACE, antes, durante y después**. Es necesario comprender y activar a los estudiantes para que no sea un ente pasivo. Se preocupa por el resultado del aprendizaje de su enseñanza.

6 Actividades de Enseñanza/Aprendizaje.

Como ya se ha expuesto cuento con un total de 10 horas repartidas en 6 sesiones de trabajo.

Para trabajar los distintos aspectos he diseñado las siguientes actividades:

Actividad Inicial. 1. Kahoot

Valoración inicial de conceptos básicos sobre el tema.

Se realizará en la primera sesión, “Presentación de la unidad y objetivos”.

Utilizando el programa Kahoot se realizan 5 preguntas básicas sobre el tema para comprobar **conocimientos iniciales** sobre el tema y crear una predisposición hacia la materia captando la atención y el interés de los alumnos.

Recordemos que principalmente lo que se utiliza es la clase magistral y el alumno está desmotivado. Involucrarlo en el proceso hará ganar su atención e interés.

- **Objetivos:** Valoración inicial de conceptos básicos sobre el tema
 - o “Romper el hielo” e inicio del tema
 - o Conocer conocimientos previos.
 - o Crear predisposición por la materia
- **Desarrollo.** Utilizando la aplicación Kahoot que permite realizar preguntas en un entorno dinámico y virtual, atractivo para el alumnado, estableciendo una clasificación.
- **Metodología.** Metodología activa, inclusiva y participativa.
Metodología basada en problemas.
- **Temporalización.** 10 minutos de una clase de 50 minutos.
- **Evaluación.** Al tratarse de una actividad inicial nos interesa más la percepción de la terminología del alumno que la evaluación de los resultados. Aun así, Kahoot ofrece la posibilidad de realizar una evaluación de las respuestas realizadas por cada alumno.

Actividad de desarrollo. 2. Marketing Sensorial

Se realizará en la segunda sesión, al trabajar “*Mercado, función comercial y concepto de marketing*”.

Veremos los distintos tipos de marketing existentes y nos detendremos en el marketing sensorial con el que podemos desarrollar una actividad que profundice en su concepto.

Por ser una de las tendencias actuales por muchas firmas en las que se trabaja sobre las sensaciones de los clientes, se realiza una actividad en la que los alumnos comprobarán y podrán experimentar sensaciones y experiencias con los diferentes sentidos, *gusto, olfato, vista, oído y tacto* en relación con productos y empresas y comprobar así como las empresas destinan esfuerzos en trabajar este tipo de marketing para felicitar a los alumnos.

- **Gusto.** Identificación sabores.

El alumno probará 1 producto y tendrá que identificar de qué marca es el producto.

El producto elegido es un refresco de cola, debiendo diferenciar si es CocaCola o Pepsi.

- **Olfato.** Identificación olores.

El alumno tendrá que identificar 3 perfumes y relacionarlos con sus respectivas marcas.

- **Vista.** Identificación de logomarcas.

La práctica me permite enseñarles 2 logomarcas muy similares de 2 empresas totalmente distintas para que aprendan el valor de la marca y de la imagen corporativa.

- **Oído.** Identificación sonidos.

El alumno deberá identificar varios sonidos relacionados con los anuncios de varias marcas.

- **Tacto.** Identificación táctil.

Verán como algunas industrias utilizan el tacto tanto en las etiquetas de los productos, las tarjetas de visita de sus comerciales o dejando probar y tocar el producto (tiendas Apple, de colchones, sofás, coches, etc.).

Esta actividad nos permite **desarrollar** los conceptos vistos en clase.

- **Objetivos.** Profundizar y experimentar en el concepto de marketing sensorial
- **Desarrollo.** Se trabajarán los 5 sentidos con una serie de actividades

- Gusto. Identificación sabores.

El alumno probará 1 producto y tendrá que identificar de qué marca es el producto.

El producto elegido es un refresco de cola, debiendo diferenciar si es CocaCola o Pepsi.

- Olfato. Identificación olores.

El alumno tendrá que identificar 3 perfumes y relacionarlos con sus respectivas marcas.

- Vista. Identificación de marcas.

La práctica me permite enseñarles 2 logomarcas muy similares de 2 empresas totalmente distintas para que aprendan el valor de la marca y de la imagen corporativa.

- Oído. Identificación sonidos.

El alumno deberá identificar varios sonidos relacionados con los anuncios de varias marcas.

- Tacto. Identificación táctil.

Verán como algunas industrias utilizan el tacto tanto en las etiquetas de los productos, las tarjetas de visita de sus comerciales o dejando probar y tocar el producto (tiendas Apple, de colchones, sofás, coches, etc.).

- Metodología. Activa, aprendizaje basado en problemas y de trabajo colaborativo, al realizarse por grupos.
- Temporalización. 30 minutos de una clase de 50 minutos.
- Evaluación. Al tratarse de una actividad en la que el alumnado va a interactuar con conceptos, materiales, etc. no se busca una evaluación calificativa con número pero sí que la actividad ha cumplido su misión y el alumno ha sido capaz de identificar y comprender el objetivo de la actividad de una manera dinámica que le permite asentar conceptos y su aplicabilidad práctica.

Actividad de aplicación. 3. Actividad el aula en la Calle

Se realizará en la quinta sesión durante la segunda hora. “*La clase fuera del aula*”.

Formaba parte de mi proyecto de innovación para el profesor Jesús Cuevas, en el que pretendía utilizando la metodología “*bosque escuela*” para realizar un cambio en la forma de impartir la materia, donde la calle sea el aula. Dada la actual organización académica que no permite esto, si que determino realizar una de las sesiones en la calle donde los alumnos, recorriendo la calle del instituto van a poder **aplicar diversos**

conceptos trabajados en clase sobre el marketing, la imagen corporativa, el logotipo, elementos promocionales, etc., viendo in situ aplicado en distintos establecimientos a lo largo de la calle, los cuales recogerán en su diario/portfolio.

- **Objetivos.** Aplicar los conceptos vistos en clase en ejemplos reales en la calle. Tener contacto real con el mercado y ver ejemplos reales de cómo las empresas aplican conceptos y estrategias de marketing.
- **Desarrollo.** Paseando por la calle del instituto identificar los conceptos analizados en clase.
- **Metodología.** Aprendizaje colaborativo.
- **Temporalización.** 50 minutos.
- **Evaluación.** Al finalizar la actividad se realiza una tertulia/entrevista con el alumnado para conocer su opinión sobre la experiencia vivida, lo visto y lo aprendido, así como la aplicabilidad práctica de los conocimientos teóricos trabajados en clase.

Actividad de refuerzo. 4. **Kahoot.**

Se realizará durante la sexta sesión, previa a la evaluación final, en “*actividades de refuerzo*”.

Finalizada la materia y previo a la evaluación, volveremos a interactuar con Kahoot para que el alumno sea consciente de lo aprendido con un total de 8 preguntas de los conceptos trabajados en clase **reforzando lo aprendido** antes de realizar la prueba de evaluación y como conclusión a la unidad.

- **Objetivos.** Reforzar los conocimientos adquiridos previos a la evaluación. El alumno comprueba si ha adquirido los conocimientos necesarios para enfrentarse a una prueba de evaluación o debe reforzarlos.
- **Desarrollo.** Utilizando la aplicación Kahoot se realizará una prueba de conocimientos a través de preguntas sobre los conceptos trabajados en clase.
- **Metodología.** Aprendizaje basado en problemas.
- **Temporalización.** 20 minutos de una clase de 50 minutos
- **Evaluación.** Kahoot nos ofrece la posibilidad de obtener los datos de las respuestas de cada alumnado para establecer una calificación del alumnado en base a sus respuestas.

Actividad de ampliación. 5. Búsqueda de ejemplos de lo visto en clase

Esta actividad será continua y se desarrollará a lo largo de la impartición de la unidad como trabajo complementario por parte del alumno utilizando la metodología de “*flipped classroom*”.

Desde el principio del temario, se les va a pedir piensen en una empresa por la que tengan especial interés, bien porque la estén trabajando en clase (real o inventada) o porque les atrae su producto.

De esta manera relacionarán todos los conceptos que veamos en clase con un ejemplo real. Esto nos permite realizar una **ampliación del temario** en el que alumno debe buscar y relacionar con un ejemplo real todo lo estudiado.

- Objetivos. Ampliar los conceptos vistos en clase y trabajarlos atendiendo a la metodología “*flipped classroom*”. Aplicar sobre un ejemplo o caso real los conceptos que están trabajando viendo una relación entre la teoría y lo que hacen las empresas.
- Desarrollo. Se recogerán en el Portfolio o Diario ejemplos de los conceptos vistos en clase y complementados con su trabajo aplicándolos a ejemplos reales de una empresa elegida por ellos.
- Metodología. Aprendizaje basado en proyectos.
- Temporalización. Libre, a lo largo de las dos semanas de impartición de la unidad.
- Evaluación. Durante la corrección del Portfolio se podrá evaluar las respuestas y trabajo realizado por el alumnado.

Actividad de Evaluación. 6. Diario de Clase. Portfolio y 7. Prueba de evaluación

Lo realizaremos en la última sesión denominada “*Conclusiones y evaluación*”.

Ambas formarán parte de la rúbrica de evaluación, es decir de los elementos valorables para la **evaluación de la asignatura**, donde se recogerán aspectos básicos del temario que no se trabajarán de manera directa en clase y que complementen lo sí estudiado, así como un ***Glosario de Términos*** lo que nos permite utilizar la metodología “*flipped classroom*” en la que el alumno trabaja en casa aspectos más teóricos realizando en clase actividades y ejercicios que nos permitirán **evaluar** el seguimiento de la clase y que han trabajado el temario visto en el aula.

- Objetivos. Evaluar el trabajo y los conocimientos adquiridos. El alumno trabaja la materia por su cuenta y en clase se complementa con pequeñas explicaciones, ejemplos y actividades.
- Desarrollo. La realización por parte de un alumno de un Portolio o Diario de clase donde recogerá de manera paralela conceptos y ejercicios indicados reforzando lo que se ha expuesto durante la clase.
- Metodología. Aprendizaje basado en problemas y Aprendizaje basado en proyectos.
- Temporalización. Al estar compuesta por 2 elementos, uno de ellos (el portfolio) es libre, a lo largo de la impartición del módulo y el otro (prueba de evaluación) tendrá una duración de 50 minutos.
- Evaluación. Ambos documentos se evaluarán en función de las respuestas realizadas por cada alumno. El contenido y resultados a su vez evaluarán si estas herramientas son válidas para la evaluación de conocimientos adquiridos y trabajados en clase.

Atención a la diversidad.

8. Actividad de presentación y cohesión de grupo.

9. Mirar las cosas desde un punto de vista diferente

10. Nunca dejes que nadie...

Se realizará durante la primera sesión de presentación “*Toma de contacto y conocimiento del grupo. Técnicas de cohesión.*”

En la primera sesión de presentación del grupo y de la asignatura se utilizarán una serie de recursos y habilidades que nos van a permitir trabajar de una manera transversal la integración y la atención a la diversidad. Dado que en el grupo se encuentra una chica con movilidad reducida (silla de ruedas), así como alumnos inmigrantes, las actividades descritas tratan de cohesionar al propio grupo.

El vídeo de la película “*En búsqueda de la felicidad*” tratamos de hacerles ver la importancia ellos mismos frente a los problemas que puedan encontrarse o la opinión de personas sobre ellos. Me parece muy interesante trabajar este aspecto porque desde el primer momento se me ha dicho que este es un grupo malo académicamente y yo no

lo he visto así. Puede que esa opinión del propio profesorado sobre el grupo es el que propicie esa falta de autoestima y falta de motivación. Esta secuencia fortalecerá su estima.

Respecto a “*mirar las cosas desde un punto de vista diferente*” tomando como referencia la película “*el club de los poetas muertos*”, insistimos en la atención a la diversidad y que deben mirar todo desde otra perspectiva a la que ven actualmente, salir de su forma de confort y empoderarlos teniendo en cuenta incluso a la alumna de movilidad reducida.

- Objetivos.

- o Integrar y unir al grupo
- o Empoderar al grupo
- o Motivar al grupo

- Desarrollo.

- o Actividad de presentación y cohesión de grupo.

Frases de motivación.

- o Mirar las cosas desde un punto de vista diferente.

Película “Club de los Poetas Muertos”

- o Nunca dejes que nadie...

Película “En búsqueda de la felicidad”

- Metodología. Aprendizaje colaborativo.
- Temporalización. 35 minutos de una clase de 50 minutos.
- Evaluación. No son actividades evaluables del alumnado, aunque si que nos van a permitir conocer su grado de integración y respeto por la diversidad. El uso de vídeos y su comentario nos permitirá conocer su opinión y si se ha conseguido el objetivo que se buscaba.

REPRESENTACIÓN GRÁFICA FINAL ACTIVIDADES – CRONOGRAMA

| TEMAS | MARTES 4 | JUEVES 6 | VIERNES 7 | MARTES 18 | VIERNES 21 | MARTES 25 |
|--|------------------------------------|---------------------|-----------|-----------|-----------------------|---------------------------------------|
| Presentación. Conocimiento del grupo. Técnicas de cohesión | Atención a la diversidad (x3) | | | | | |
| Presentación de la Unidad | Kahoot | | | | | |
| Conocer el Mercado, función comercial y concepto de marketing. | | Marketing sensorial | | | | |
| Qué es el Plan de marketing. Imagen y cultura de empresa: Responsabilidad social corporativa | | | | | | |
| El producto y sus estrategias. El precio y sus estrategias | | | | | | |
| La distribución. Estrategias de comunicación con el cliente. | | | | | | |
| La clase fuera del aula. | | | | | Actividad en la calle | |
| Actividades de refuerzo y ampliación | Portfolio - Diario asignatura (x2) | | | | | Kahoot |
| Conclusiones y evaluación. | | | | | | Entrega material Prueba evaluación |

La actividad de “Atención de la diversidad” realizada en la primera sesión de “Presentación, conocimiento y técnicas de cohesión”, se realizan 3 actividades:

- Presenta a tu compañero.
- Vídeo “Mirar las cosas desde un punto de vista diferente”
- Vídeo “Nunca dejes que nadie...”

El Portfolio o Diario de la Asignatura, recogido en el apartado correspondiente a las “actividades de refuerzo y ampliación”, recoge en si misma 2 actividades:

- Búsqueda de ejemplos de lo visto en clase a incluir en el diario.
- Ejercicios propuestos.

7. Materiales y recursos utilizados.

- ✓ Libro: de Fco. Javier Ariza Ramirez y Juan Manuel Ariza Ramirez, McGrawHill 2012, “Comunicación y atención al cliente”.
- ✓ Youtube. Utilización de videos aplicables a la cohesión de grupos y la materia.
 - Motivación.
<https://www.youtube.com/watch?v=mUATr5cLKfw>
<https://www.youtube.com/watch?v=EHCRimwRGLs>
 - Diversidad.
<https://www.youtube.com/watch?v=-ggndeQWMf0>
https://www.youtube.com/watch?v=chpXeJ6eP_Iv
<https://www.youtube.com/watch?v=sPLIa8MrPE4>
 - Temario.
<https://youtu.be/eJMEjAfECR8>
<https://youtu.be/kNwWJpWnzNI>
<https://www.youtube.com/watch?v=Jc4Zap3PM48>
<https://youtu.be/ck7g5uu1cMA>
<https://youtu.be/CJM0FRzbGQI>
https://youtu.be/eBID2N_AwgI
<https://youtu.be/ytT6355sDr4>
- ✓ Wikipedia
- ✓ Kahoot. Programa que permite realizar preguntas y ser usado en evaluaciones.
- ✓ Diario o Porfolio a desarrollar por los alumnos.
- ✓ Refresco de cola y perfumes para la actividad de Marketing Sensorial.
- ✓ Webs.
 - <https://marketingzaragoza.es/tipos-de-marketing/>
 - <https://www.marketingwebmadrid.es/tipos-de-marketing/>
 - <http://mercadeoypublicidad.com/Secciones/Biblioteca/DetalleBiblioteca.php?recordID=6826>
 - <http://www.puromarketing.com/27/25813/tipos-marketing-explicados-para-marketeros.html>
 - <http://blogginzenith.zenithmedia.es/el-marketing-de-los-sentidos-tocame-iv/>

8. Evaluación: criterios e instrumentos de evaluación y criterios de calificación con sus correspondientes porcentajes.

En la primera sesión, al realizar la presentación de la unidad, se realizará una presentación de la Rúbrica o metodología que se va a utilizar para evaluar la unidad, la cual será de la siguiente manera.

Criterios de Evaluación.

| | | |
|---|-----------------|-----|
| Participación en clase | hasta 2 puntos. | 20% |
| Realización del Diario | hasta 4 puntos | 40% |
| Prueba evaluación conceptos trabajados. | hasta 4 puntos | 40% |

(mínimo 4 en la prueba)

Instrumentos de Evaluación.

1. Diario / Portfolio.

El alumno desarrollará un *Diario* o *Portfolio* donde se recojan aspectos básicos del temario en un *Glosario de Términos* que no van a ser trabajados en clase y que de manera complementaria y utilizando la estrategia “*flipped classroom*” trabajará por su cuenta en casa.

2. Prueba de evaluación.

La prueba de evaluación consiste en realizar un ejercicio escrito en el cual los alumnos deberán elegir una empresa (online, física, ambas) que conozcan y desarrollar todo lo que se ha visto en la unidad teniendo en cuenta incluir los siguientes conceptos.

1. Función comercial de la empresa. ¿a qué se dedica?
2. Productos.
3. Precios. Estrategias.
4. Distribución. Canales y estrategias.
5. Comunicación. Tipos. Online-Offline.
6. Imagen. Logo, marca (dibújalos)
7. Si tiene política de RSC. ¿en qué consiste?
8. Clasifica tu empresa entre los siguientes tipos de empresa:
 - Franquicia.
 - CategoryKyller.



- E-Commerce
- Establecimiento Discount
- Tienda de conveniencia
- Vending
- Tradicional.
- Multinacional
- PYME.

3. Observación continua y personalizada.

El tipo de aprendizaje que se pretende desarrollar en el alumnado nos obliga a realizar una evaluación diaria de cada alumno y de su nivel de atención, implicación y aprendizaje que realiza con cada una de las actividades propuestas. No vamos a basar nuestro aprendizaje en superar unas preguntas propuestas sobre el un tema que el alumnado habrá trabajado individualmente. Cada día supone un trabajo de asimilación y participación del alumnado que sin duda redundará en la calidad y contenido del Portfolio. La labor del profesor es clave y su contacto directo con el alumno.

9. Recuperaciones.

Como se busca una implicación activa del alumnado existen las suficientes facilidades para que el alumno cumpla con los mínimos establecidos para superar la asignatura, por lo que no se plantean actividades relativas a la recuperación.

10. Atención a la diversidad.

Como hemos visto, el grupo está formado por 30 alumnos donde hay 3 alumnos provenientes de África, 4 de Rumania, 1 de Europa del este, 5 de Latinoamérica. Además hay una alumna con movilidad reducida que precisa de silla de ruedas, por lo que entendemos que se trata de un grupo con una alta probabilidad de exclusión social y necesario aplicar políticas de atención a la diversidad. Por ello será necesario establecer un modelo educativo correspondiente a la “escuela inclusiva”.

Actividades para atender a la diversidad.

- Actividad de presentación y cohesión de grupo.
- Mirar las cosas desde un punto de vista diferente
- Nunca dejes que nadie...

En la primera sesión de presentación del grupo y de la asignatura se utilizarán una serie de recursos y habilidades que nos van a permitir trabajar de una manera transversal la integración y la atención a la diversidad. Dado que en el grupo se encuentra una chica con movilidad reducida (silla de ruedas), así como alumnos inmigrantes, las actividades descritas tratan de cohesionar al propio grupo.

El vídeo de la película “*En búsqueda de la felicidad*” tratamos de hacerles ver la importancia ellos mismos frente a los problemas que puedan encontrarse o la opinión de personas sobre ellos. Me parece muy interesante trabajar este aspecto porque desde el primer momento se me ha dicho que este es un grupo malo académicamente y yo no lo he visto así. Puede que esa opinión del propio profesorado sobre el grupo es el que propicie esa falta de autoestima y falta de motivación. Esta secuencia fortalecerá su estima.

Respecto a “*mirar las cosas desde un punto de vista diferente*” tomando como referencia la película “*el club de los poetas muertos*”, insistimos en la atención a la diversidad y que deben mirar todo desde otra perspectiva a la que ven actualmente, salir de su forma de confort y empoderarlos teniendo en cuenta incluso a la alumna de movilidad reducida.

11. TABLA DE VALIDACIÓN DEL DISEÑO DE LA UNIDAD

De acuerdo con la ORDEN de 26 de julio de 2010, de la Consejera de Educación, Cultura y Deporte, por la que se establece el currículo del título de Técnico en Gestión Administrativa para la Comunidad Autónoma de Aragón, recoge el currículo del título de Técnico en Gestión Administrativa, determinado por el Real Decreto 1631/2009, de 30 de octubre

| CONTENIDOS | OBJETIVOS |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">• El marketing en la actividad económica: su influencia en la imagen de la empresa.• Naturaleza, definición, función, alcance y elementos del marketing.• La imagen corporativa.• Políticas de comunicación:<ul style="list-style-type: none">- La publicidad.- Las relaciones públicas.- La Responsabilidad Social Corporativa• Aplicación de las técnicas de marketing como medio de potenciación de la imagen de la empresa. | <ul style="list-style-type: none">• Identificar el concepto de marketing.• Reconocer las funciones y objetivos principales del marketing.• Valorar la importancia del departamento de marketing• Diferenciar los elementos del marketing mix.• Valorar la importancia de la imagen corporativa.• Valorar la importancia de las relaciones públicas y• Atención al cliente. |



12. Bibliografía.

- Alonso Tapia, J. (1991). Motivación y aprendizaje en el aula. Cómo enseñar A pensar. Madrid. Santillana.
- Alonso Tapia, J. (1997). Motivar para el aprendizaje. Teoría y estrategias. Madrid. Colección. Innova. Barcelona. Ed. Edebé
- Alonso Tapia, J. (2001) “Motivar a los estudiantes y enseñar a motivarse”, Santillana, pag.101, 6-12.
- Bisquerra, R. (2004). Metodología de la investigación educativa. Madrid. Ed. La muralla.
- Elboj, C. y cols. (2002). Comunidades de aprendizaje. Transformar la educación. Barcelona: Editorial Graó.
- Escaño, J., Gil de la Serna, M. (2006). Motivar a los estudiantes y enseñarles a implicarse en el trabajo escolar. Motivar para el aprendizaje. Teoría y estrategias, Barcelona, Edebé.
- Huertas, J. (1997). Motivación: querer aprender. Argentina: Ed Aique.
- Labrador Piquer, M.J., Andreu Andres, M. A. (2008). Metodologías activas. Valencia. UPV.
- Lamas Rojas, H. (2008). Aprendizaje autorregulado, motivación y rendimiento académico. Lima. Liberabit.
- Nuñez del Río, M.C., Fontana Abad, M. (2009). Características del profesor que favorece la motivación por el aprendizaje en alumnos de ESO. REOP. Vol. 20, No. 3, 3. er Cuatrimestre, 2009, pp. 257-269.