

**Un proyecto de empresa a través del  
aprendizaje-servicio:  
Una iniciación al emprendimiento en 4º de ESO.**

A business plan through Service-Learning  
methodology: an introduction to entrepreneurship  
in 4<sup>th</sup> year of secondary school.

José Matas<sup>1</sup>, A. Cristina Casas-Jurado<sup>1</sup>, María Matas-Casado

<sup>1</sup> University of Granada, Av. del Hospicio, 18071, Granada Spain

[jmatas@ugr.es](mailto:jmatas@ugr.es), [ccasas@ugr.es](mailto:ccasas@ugr.es), [mariamatascasado@gmail.com](mailto:mariamatascasado@gmail.com)

### **Resumen**

Este trabajo describe detalladamente todas las actividades propuestas para desarrollar una unidad didáctica amplia correspondiente al bloque 2 (“Proyecto de Empresa”) de la asignatura optativa “Iniciación a la Actividad Emprendedora y Empresarial”, perteneciente a la rama de enseñanzas aplicadas de 4º de ESO. Las actividades se enmarcan en la metodología de aprendizaje-servicio para que el desarrollo de competencias y adquisición de contenidos se consiga junto con una mejora del entorno en el que se encuentran los estudiantes.

### **Palabras Clave**

Aprendizaje-servicio, emprendimiento, unidad didáctica.

### **Abstract**

This work describes in detail all the proposed activities for a specific teaching unit related to the development of a business plan, within the subject ‘Introduction to entrepreneurship’, in 4<sup>th</sup> year of secondary school. The activities are framed within the service-learning methodology, which aims to develop students’ capabilities and learning together with the improvement of the environment in which they are embedded.

### **KeyWords**

Service-learning, entrepreneurship, teaching unit.

## 1. Introducción

El emprendimiento es una actitud que constituye el grueso de la creación de pequeñas y medianas empresas (PYMES) en España, que componen más del 99,8% del total del tejido empresarial, generando alrededor del 65% de los empleos en todo el país (Dirección General de Industria y de la PYME, 2020). Es, pues, una importante opción para la incorporación al mercado laboral de las nuevas generaciones de estudiantes. el emprendimiento se trata de una suma de actitudes ligadas con esa actividad: tener capacidad de innovación, de negociación, de superar la aversión al riesgo, de sentido de la estrategia y de resolución de problemas, entre otras. Es decir, se puede tener una actitud emprendedora en muchos sentidos y contextos diferentes a la creación de empresas.

El sistema educativo debe responder a la generación de valores, competencias y habilidades necesarias para formar a los ciudadanos del mañana y, por tanto, adaptarse a las nuevas necesidades educativas que nacen de la propia evolución de la sociedad.

En esta línea, esas habilidades las recoge de manera especial una de las siete competencias generales del currículo para la educación secundaria obligatoria (ESO) y bachillerato, y que es recogida en el artículo 2 del Real Decreto 1105/2014, de 26 de diciembre. Anteriormente, según el Decreto 219/2011, de 28 de junio, la Consejería de Educación de Andalucía ya habría comenzado a impulsar la cultura emprendedora en línea con el Plan andaluz para el Fomento de la Cultura Emprendedora dentro del sistema educativo público.

Es cierto que aquellos alumnos cuyos padres ya son emprendedores (o intraemprendedores), tienden a adquirir un rol más activo en esta área, a asimilar unos valores afines a los negocios y son más propensos a desarrollar habilidades como el reconocimiento de oportunidades (Dou et al., 2020). Pero es necesario que todos los alumnos pertenecientes al sistema educativo tengan la oportunidad de adquirir estas competencias de la misma manera y que sean educados para poder afrontar un proceso de emprendimiento en su vida profesional. El emprendimiento es, por tanto, una competencia moderna, cuyo énfasis dentro de los sistemas educativos es creciente (Nylund y Virolainen, 2019) y que se hace necesaria para las habilidades necesarias en los trabajos del futuro (Androutsos y Brinia, 2019).

Por otro lado, el aprendizaje-servicio (también ApS o ApSS) es una metodología que integra tanto el contenido académico de una unidad o bloque con un proyecto con un fin social, de cuyo resultado surge un servicio a la comunidad de una forma u otra. Se favorece la educación en valores, la participación activa y reflexiva, el trabajo cooperativo, la conciencia de sociedad y de cooperación, entre otras (Crisol et al., 2015). Por tanto, el desarrollo de competencias y adquisición de contenidos se consiguen mientras se trabaja para conseguir una mejora del entorno en el que se encuentran.

Su uso está alineado con numerosos objetivos didácticos, de área y de etapa, ya que a través de este se fomenta el trabajo cooperativo y la ayuda mutua, se tratan de procesos educativos socialmente útiles, también educación en valores, concienciación del entorno y la sociedad, participación activa, etc.

En la actualidad, en el marco del aprendizaje competencial y activo, se pone en valor la relevancia de que los métodos utilizados sean a su vez de gran contenido en valores cívicos y que hagan referencia a la responsabilidad social de los propios alumnos (García-Ramos y Martínez-Campillo, 2017). Así pues, estas pautas de actividades son

innovadoras en tanto que el proyecto no se trata de un proyecto de ApS al uso porque el objeto sobre el que trabajan en sí los alumnos y alumnas no será el producto final que proporciona un bien a la sociedad, sino que será un medio para conseguirlo.

Existen ejemplos de otros centros donde se han llevado a cabo con éxito proyectos de ApS, como en un centro de la propia provincia de Granada donde los alumnos de la asignatura de geología, a través de la investigación sobre los terremotos, crearon un manual y unas charlas para darlas a compañeros de su propio y de otros centros educativos. En ese caso, el propio proyecto (investigación de los terremotos) es lo que dará forma al producto final (charlas sobre buenas prácticas).

En el proyecto que se presenta, se va un paso más allá y se desarrolla una herramienta (proyecto de empresa) que hay que aplicar (comerciar) y, de ese buen funcionamiento y una correcta ejecución, se obtendrán unos resultados (conseguir dinero) que será lo que, finalmente, haga satisfacer el objetivo social inicial del proyecto.

De esta manera también se les ofrece a los estudiantes la flexibilidad necesaria para que el contenido del proyecto en sí pueda ser discutido, elegido y desarrollado con total libertad, pudiendo ser cualquier servicio o producto que esté dentro de sus limitaciones productivas. Recordemos la definición literal de esta metodología:

*“El aprendizaje-servicio es una propuesta educativa que combina procesos de aprendizaje y de servicio a la comunidad en un solo proyecto bien articulado donde los participantes aprenden a trabajar en necesidades reales del entorno con la finalidad de mejorarlo”* (Fernandez Sánchez et al., 2015, p. 33).

En definitiva, bajo todo este marco, tiene lugar el desarrollo de la presente unidad didáctica, que se ocupa de utilizar la metodología ApS como hilo conductor del proyecto de creación de empresa, enmarcado en el segundo bloque de la asignatura de 4º de ESO “Iniciación a la Actividad Emprendedora y Empresarial”. Al mismo tiempo, se utiliza una perspectiva de aprendizaje necesaria en la actualidad: el aprendizaje basado en competencias y desarrollo de habilidades (Rychen & Salganik, 2003).

La idea general en esta unidad didáctica será que los alumnos y alumnas creen, desde cero, una empresa ficticia y un producto o servicio que ofrecer, entendiendo qué es un plan de marketing y realizando una planificación comercial. Este producto o servicio será realmente creado, promocionado y distribuido con el objetivo de conseguir dinero para donar a una asociación u ONG local que el propio alumnado elija.

Los contenidos de esta unidad didáctica se adecúan a lo conforme según el Real Decreto 1105/2014, de 26 de diciembre y, específicamente, a la Orden de 14 de Julio de 2016 por estar bajo la normativa autonómica Andaluza. En concreto, al bloque 2 de la asignatura de “Iniciación a la Actividad Emprendedora y Empresarial” correspondiente al cuarto curso de ESO, denominado “proyecto de empresa”. Normalmente, este bloque se lleva a cabo durante el segundo trimestre del curso académico.

Dentro de este bloque, los contenidos específicos que se cubrirán serán: (1) La idea de proyecto de empresa; (2) Evaluación de la idea; (3) El entorno, el rol social de la empresa; (4) Elementos y estructura de la empresa; (5) El plan de empresa; (6) Las actividades de la empresa; (7) La función de producción y (8) La función comercial y de marketing.

A continuación, se detallan todas las actividades que tendrán lugar durante la unidad didáctica para la consecución de los objetivos de área y etapa de la asignatura de acuerdo con el Real Decreto y la Orden mencionada previamente.

## 2. Actividades


A continuación, se describirán las actividades de la unidad didáctica. En cada una de las tablas siguientes se especificarán los elementos más importantes para su diseño e implementación de cada una de ellas: descripción; los objetivos; competencias clave que se tratan; los contenidos de acuerdo con la normativa previamente referenciada; la estrategia metodológica; el tipo de agrupamiento; los materiales y recursos necesarios; una temporalización aproximada; una propuesta de evaluación y, por último, una explicación detallada del desarrollo de la actividad.

Para una mayor claridad en la tipología de las actividades se agruparán en actividades de iniciación; de desarrollo y consolidación; de acabado o comprobación; de ampliación y, finalmente, de evaluación. Por otro lado, el número de actividad indica el orden cronológico en el que se llevarán a cabo, intercalando actividades de distinta tipología.

### 2.1. Actividades de iniciación

En proyectos de participación activa, el nivel de motivación al que se enfrentan los estudiantes es más alto comparado con lecciones magistrales al uso. Sin embargo, desde el inicio se deben llevar a cabo actividades de iniciación para involucrar a los estudiantes con el proyecto, sentirlo propio y que aporten su máxima capacidad para la consecución de unos objetivos marcados por todos ellos. Este tipo de metodologías basadas en proyectos requieren una gran implicación a nivel motivacional por parte de los alumnos (Robledo et al., 2015).

Es por ello relevante la presencia de actividades relacionadas con el objetivo del proyecto (Tabla 1), otras relacionadas con la pérdida de timidez y apertura mental creativa (Tablas 2, 3 y 5) y un *Design Thinking* para plantear de manera activa y en común la base sobre la que se desarrollará el grueso del proyecto.

Actividad 1: Búsqueda de ONG o asociación local		
<b>Descripción de la actividad</b>	Búsqueda de distintas ONG o asociaciones que sean el objetivo de la recaudación por la comercialización del resultado del proyecto.	 <p>Figura 1: La búsqueda. Fuente: Elaboración propia.</p>
<b>Objetivos</b>	Conocer la realidad de la que forman parte.	
<b>Competencias</b>	CD, CSC.	
<b>Contenidos</b>	El entorno, el rol social de la empresa.	
<b>Estrategias metodológicas</b>	Indagación.	
<b>Agrupamiento</b>	Individual.	

<b>Materiales y recursos</b>	Móviles de los propios alumnos, previo permiso de uso excepcional a jefatura de estudios.
<b>Temporalización</b>	20 minutos.
<b>Evaluación</b>	Recogido en el diario de clase, que se evaluará al final del proyecto con la rúbrica correspondiente del Anexo 3.
<b>Desarrollo de la actividad</b>	Durante el tiempo que dure la actividad, se les invitará a los alumnos a reflexionar sobre problemas cercanos que perciben en su entorno: económicos, de salud, etc. Sobre esa reflexión individual, tendrán que buscar asociaciones u ONGs con sede en Granada para que sean los beneficiarios del dinero recaudado con la venta del producto o del servicio. Ejemplos reales pueden ser la Asociación Española Contra el Cáncer, Cruz Roja, Comedores Sociales o Asociación contra el Acoso Escolar. Al final de la actividad debatirán sobre qué ha encontrado cada uno/a y deberán elegir cuál será, por mayoría, el beneficiario del proyecto.

Tabla 1: Actividad 1 - Búsqueda de ONG o asociación local.


<b>Actividad 2: Mirada a los ojos</b>		
 <p><i>Figura 2: La mirada. Fuente: Elaboración propia.</i></p>	<b>Descripción de la actividad</b>	Los alumnos se miran a los ojos por pares, varios segundos, y después de ese tiempo deben decir una cualidad positiva del compañero.
	<b>Objetivos</b>	Prepararse para la actividad posterior.
	<b>Competencias</b>	CSC.
	<b>Contenidos</b>	N.A.*
	<b>Estrategias metodológicas</b>	Juegos cooperativos.
	<b>Agrupamiento</b>	Por parejas. Ante número impar, el profesor/a se emparejará con un alumno y hará la actividad con él/ella.
	<b>Materiales y recursos</b>	No aplica (N.A.)
<b>Temporalización</b>	5 minutos.	
<b>Evaluación</b>	Recogido en el diario de clase, que se evaluará al final del proyecto con la rúbrica correspondiente.	
<b>Desarrollo de la actividad</b>	Esta actividad breve se lleva a cabo para distender el ambiente, desafiar la zona de confort de los alumnos y activar el cerebro para actividades posteriores que requieren creatividad y amplitud de miras. Además, el docente puede conocer el estado del aula y la relación entre estudiantes ante la cualidad que destacan de cada uno de ellos. Lo ideal es que mantengan la mirada fija entre ellos durante unos 15-20 segundos, después de lo cual deberán decir en voz alta el atributo positivo del compañero que mejor le defina.	

Tabla 2: Actividad 2 – Mirada a los ojos.

Actividad 3: Dibujar un árbol	
<b>Descripción de la actividad</b>	Los alumnos deben dibujar árboles con las características que diga el profesor. Este irá guiando la actividad y la podrá alargar hasta que lo estime oportuno.
<b>Objetivos</b>	Prepararse para la actividad posterior.
<b>Competencias</b>	CEC.
<b>Contenidos</b>	N.A.
<b>Estrategias metodológicas</b>	Juegos cooperativos.
<b>Agrupamiento</b>	Individual.
<b>Materiales y recursos</b>	N.A.
<b>Temporalización</b>	10 minutos.
<b>Evaluación</b>	Recogido en el diario de clase, que se evaluará al final del proyecto con la rúbrica correspondiente del Anexo 3.
<b>Desarrollo de la actividad</b>	<p>Se desafían los conceptos preestablecidos en los alumnos para provocar una reacción en su nivel de creatividad. El profesor primero dirá que, en un papel, dibujen un árbol. Posteriormente, irá combinando la palabra “árbol” con diferentes adjetivos que normalmente no se asocian a este. Por ejemplo: “árbol tecnológico”, “árbol chino”, “árbol enfermo”, “árbol inverso”, “árbol incorrecto”, “árbol comunicador”, “árbol desinfectante”, etc.</p> <p>Evidentemente, no hay dibujos correctos o incorrectos, se trata de estimular a los alumnos/as para la actividad posterior.</p>



Figura 3: La creatividad.  
Fuente: Elaboración propia.


Tabla 3: Actividad 3 – Dibujar un árbol.

Actividad 4: Design thinking I Y II: empatizar y definir		
	<b>Descripción de la actividad</b>	Los alumnos deben pensar quiénes serán sus clientes y las necesidades que esas personas tienen.
	<b>Objetivos</b>	Reconocer necesidades del entorno. Tomar decisiones en equipo.
	<b>Competencias</b>	CSC, SIEP, CAA.
	<b>Contenidos</b>	Evaluación de la idea. El entorno, el rol social de la empresa.
	<b>Estrategias metodológicas</b>	Estrategia de preguntas-respuestas. Método socrático.
<b>Agrupamiento</b>	Colectivo.	

Figura 4: La persona.  
Fuente: Elaboración propia.

<b>Materiales y recursos</b>	<i>Post-it</i> y cartulina.
<b>Temporalización</b>	40 minutos
<b>Evaluación</b>	Recogido en el diario de clase, que se evaluará al final del proyecto con la rúbrica correspondiente del Anexo 3.
<b>Desarrollo de la actividad</b>	Para la introducción a esta actividad se les dirá que no tenemos que pensar en el producto o servicio que vamos a vender, sino en quién serían nuestros compradores. Deben reflexionar en conjunto y en voz alta sus diferentes opiniones para empatizar con esas personas: quiénes son, qué les gusta, qué necesidades tienen en su día a día. Posteriormente hay que decidir qué problema se va a tratar, cuál de esas necesidades podemos cubrir nosotros. El profesor ha de ir guiando la sesión con esas preguntas sobre las propias reflexiones de los alumnos. Al final de la clase debe quedar claro no el producto, sino a quién se le va a vender y qué necesidad le vamos a cubrir. Quedará representado en una cartulina y con pósits.

Tabla 4: Actividad 4 – Design thinking I Y II: empatizar y definir.

<b>Actividad 5: Dobra el papel</b>		
<b>Descripción de la actividad</b>	Juego creativo basado en la idea del ‘cadáver exquisito’, donde las sucesivas interpretaciones de los estudiantes marcarán la evolución del juego.	 <p style="text-align: center;"><i>Figura 5: El papel.</i> <i>Fuente: Elaboración propia.</i></p>
<b>Objetivos</b>	Prepararse para la actividad posterior.	
<b>Competencias</b>	CEC, CCL.	
<b>Contenidos</b>	N.A.	
<b>Estrategias metodológicas</b>	Juegos cooperativos.	
<b>Agrupamiento</b>	5-6 personas.	
<b>Materiales y recursos</b>	Hojas de papel y lápiz.	
<b>Temporalización</b>	10 minutos.	
<b>Evaluación</b>	Recogido en el diario de clase, que se evaluará al final del proyecto con la rúbrica correspondiente del Anexo 3.	
<b>Desarrollo de la actividad</b>	Los alumnos escribirán una frase en un papel y la pasarán al compañero de la derecha. Este debe hacer un dibujo que represente la frase anterior y, cuando acabe, doblar el papel de forma que el siguiente compañero sólo vea el dibujo, no la frase inicial. Este siguiente compañero, debe escribir una frase a partir del dibujo y así hasta que cada uno reciba el mismo papel que había empezado. Así cada uno ve cómo ha evolucionado su frase inicial y cómo lo han interpretado los compañeros. Es una actividad más artística o lingüística que de emprendimiento, pero se hace con la intención de motivarles y forzar su creatividad justo antes del brainstorming. Al acabar la actividad, se dedicará 1 o 2 minutos para	

	un ejercicio de respiraciones profundas para la vuelta a la calma, ya que probablemente se habrán alterado ante los resultados cómicos que pueden obtener algunos de ellos con este ejercicio.
--	--

Tabla 5: Actividad 5 – Dobla el papel.

**Actividad 6: Design thinking III: idear (brainstorming)**

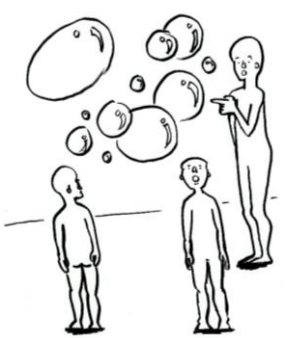
 <p><i>Figura 6: La idea. Fuente: Elaboración propia.</i></p>	<b>Descripción de la actividad</b>	Los alumnos deben pensar qué producto o servicio pueden satisfacer las necesidades previamente detectadas.
	<b>Objetivos</b>	Reconocer necesidades del entorno. Tomar decisiones en equipo.
	<b>Competencias</b>	CSC, SIEP.
	<b>Contenidos</b>	Evaluación de la idea. El entorno, el rol social de la empresa.
	<b>Estrategias metodológicas</b>	Estrategia de preguntas-respuestas. Método socrático.
	<b>Agrupamiento</b>	3-4 personas al inicio. Luego colectivo.
<b>Materiales y recursos</b>	Pósts y cartulina grande.	
<b>Temporalización</b>	40 minutos	
<b>Evaluación</b>	Recogido en el diario de clase, que se evaluará al final del proyecto con la rúbrica correspondiente del Anexo 3.	
<b>Desarrollo de la actividad</b>	Se agrupará a los alumnos en grupos reducidos de 3-4 personas para hacer una lluvia de ideas. Se delimitarán algunos criterios que deben cumplir, como por ejemplo que sea legal, sostenible y/o realista. Tendrán pósts del color según la necesidad que cubran, y deberán escribir el producto o servicio para pegarlo en la cartulina. En esta habrá un cirulo con dos anillos, el central que será para productos comunes a todos los grupos objetivo y las secciones del segundo anillo será para productos exclusivos para ese grupo, como se muestra a modo de ejemplo en la imagen a continuación. Después de aceptar TODAS las propuestas, se hará una selección en grupo para ver cuáles deben quedar y por qué.	

Tabla 6: Actividad 6 – Design thinking III: idear (brainstorming).



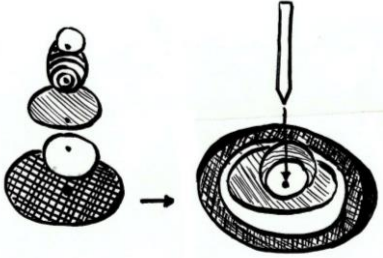

Actividad 7: Design thinking IV: prototipar		
<b>Descripción de la actividad</b>	Los alumnos deben pensar cómo serán los productos y servicios que finalmente se han decidido llevar a cabo y hacer un diseño del mismo.	 <p><i>Figura 7: El prototipo. Fuente: Elaboración propia.</i></p>
<b>Objetivos</b>	Espíritu emprendedor. Reconocer necesidades del entorno.	
<b>Competencias</b>	SIEP, CEC.	
<b>Contenidos</b>	Evaluación de la idea. El entorno, el rol social de la empresa.	
<b>Estrategias metodológicas</b>	Trabajo por tareas.	
<b>Agrupamiento</b>	Individual.	
<b>Materiales y recursos</b>	Papel y lápiz o bolígrafo.	
<b>Temporalización</b>	20 minutos.	
<b>Evaluación</b>	Recogido en el diario de clase, que se evaluará al final del proyecto con la rúbrica correspondiente del Anexo 3.	
<b>Desarrollo de la actividad</b>	Deberán dibujar cómo será el producto o servicio. Mediante flechas pueden indicar las características principales y explicar por qué es válido como producto. Esta actividad quedará recogida en el diario de clase con una ampliación: la que hayan hecho los estudiantes después de preguntar a su público objetivo su opinión sobre esos primeros diseños. La retroalimentación que reciban hará perfeccionar el producto final.	

Tabla 7: Actividad 7 – Design thinking IV: prototipar.

Actividad 8: Design thinking V: evaluar		
<b>Descripción de la actividad</b>	Los alumnos analizan todos los diseños y eligen el definitivo para comenzar a trabajar en el proyecto.	
 <p><i>Figura 8: El análisis. Fuente: Elaboración propia.</i></p>	<b>Objetivos</b>	Espíritu emprendedor.
	<b>Competencias</b>	SIEP, CAA.
	<b>Contenidos</b>	Evaluación de la idea. El entorno, el rol social de la empresa.
	<b>Estrategias metodológicas</b>	Preguntas-respuestas. Método socrático.
	<b>Agrupamiento</b>	Colectivo.
	<b>Materiales y recursos</b>	N.A.

<b>Temporalización</b>	20 minutos.
<b>Evaluación</b>	Recogido en el diario de clase, que se evaluará al final del proyecto con la rúbrica correspondiente del Anexo 3.
<b>Desarrollo de la actividad</b>	<p>Los alumnos compartirán sus diseños con el resto de la clase llegando a unas conclusiones básicas: qué les gusta más de cada uno, cuál aporta algo diferente, cuál no cumple con los criterios definidos o cuál, según su punto de vista, tendrá más éxito comercial.</p> <p>Entre toda la clase se trabajará sobre características vistas en distintos diseños que el producto final deberá tener. Entonces, en este punto, tendremos definido qué producto o servicios produciremos para conseguir dinero para nuestro fin social. Ya quedaría definido a quién le vamos a vender, qué necesidad le vamos a cubrir y cómo será el producto para satisfacer esas necesidades.</p>

Tabla 8: Actividad 8 – Design thinking V: evaluar.

## 2.2. Actividades de desarrollo y consolidación

Las actividades correspondientes a este apartado son las que están más relacionadas con el contenido de la unidad didáctica, como la identificación de los componentes del Marketing Mix (Tabla 9), creando el propio organigrama del proyecto para conocer la departamentalización de las empresas (Tabla 10) y también aquellas actividades relacionadas con el uso de las tecnologías de la información que les serán de gran importancia en su futuro académico y profesional.

Las TICs son una herramienta que los propios alumnos identifican como innovadora (Ballesta Pagán et al., 2011), aumentando así su motivación. Además, es el camino que debe tomar la metodología en el futuro:

“El uso de las tecnologías y de metodologías innovadoras que se derivan de su implementación en el aula serán las herramientas clave para el futuro del desarrollo educativo, debido a los múltiples beneficios que producen en los estudiantes” (Parra-González et al., 2020, p. 7)

Por ello, las actividades 19 y 21 profundizan en la enseñanza de las hojas de cálculo (como Excel), otras fomentan el intercambio dinámico de información y coordinación (Tabla 11) y muchas de ellas requieren de herramientas como el correo electrónico, fundamental para prácticamente cualquier puesto de trabajo y esencial en la vida cotidiana.

Actividad 9: Identificando P's	
<b>Descripción de la actividad</b>	Después de explicarles la teoría, se propone que identifiquen en ejemplos reales las P's del Marketing Mix.
<b>Objetivos</b>	Componentes del Marketing Mix.
<b>Competencias</b>	SIEP, CAA.
<b>Contenidos</b>	La función comercial y de marketing.
<b>Estrategias metodológicas</b>	Expositiva-participativa.
<b>Agrupamiento</b>	Individual.
<b>Materiales y recursos</b>	Ordenador y proyector.
<b>Temporalización</b>	30 minutos.
<b>Evaluación</b>	Recogido en el diario de clase, que se evaluará al final del proyecto con la rúbrica correspondiente del Anexo 3.
<b>Desarrollo de la actividad</b>	<p>Después de haber explicado en qué consisten las 4 Ps del marketing, se presentarán ejemplos para debatir en clase sobre por cuál destaca cada marca o si pueden definir cómo son sus estrategias a priori. Se utilizarán ejemplos que sean cercanos a ellos. En promoción, se verán ejemplos de Netflix, Zara o Apple. En cuanto al precio, se les expondrá ejemplos como Gucci, Ryanair o McDonalds. En distribución, se podría acudir a marcas como Lanjarón, Bershka y Maritoñi y, por último, en producto, sería recomendable comparar productos de una misma industria entre sí, como por ejemplo Primark, Fila y Pedro del Hierro en textil o Tiktok, Snapchat y Facebook como redes sociales.</p> <p>Adicionalmente, se podrían hacer encuestas rápidas, tipo Kahoot, donde se les muestre una marca y ellos tengan que identificar por cuál P destacan sobre la competencia.</p>

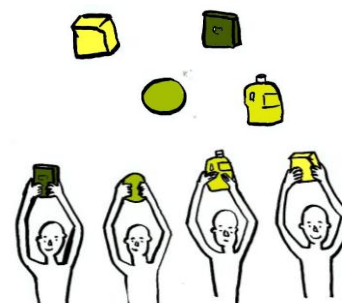


Figura 9: El marketing.  
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 9: Actividad 9 – Identificando P's.

Actividad 11: Creando un organigrama, ¿cuál es mejor?	
<b>Descripción de la actividad</b>	Crear un organigrama para el proyecto.
<b>Objetivos</b>	Roles y responsabilidades. Departamentos de una empresa. Instituciones públicas y privadas.
<b>Competencias</b>	SIEP, CAA.
<b>Contenidos</b>	Elementos y estructura de una empresa.
<b>Estrategias metodológicas</b>	Preguntas-respuestas. Método socrático.



Figura 10: El organigrama.  
Fuente: Elaboración propia.

<b>Agrupamiento</b>	2-3 personas.
<b>Materiales y recursos</b>	N.A.
<b>Temporalización</b>	25 minutos.
<b>Evaluación</b>	Recogido en el diario de clase, que se evaluará al final del proyecto con la rúbrica correspondiente del Anexo 3.
<b>Desarrollo de la actividad</b>	<p>Después de explicar qué departamentos y tipos de organigramas existen, se les plantea que por grupos establezcan un organigrama para el proyecto. Cuando lo hayan hecho por grupos, deberán defender su resultado y llegar a consenso sobre cuál o cuáles deben aplicarse.</p> <p>Posteriormente, habrá un debate sobre qué persona o personas serían más adecuadas para cada puesto y por qué. Sin embargo, la implementación de roles específicos dependerá de la propia clase y del proyecto, siendo probable que, por la envergadura del mismo, sea más beneficioso que todos estén tomando decisiones en todos los apartados.</p>

Tabla 10: Actividad 11 – Creando un organigrama, ¿cuál es mejor?

Actividad 12: Calendario del proyecto	
<b>Descripción de la actividad</b>	Se presentará la herramienta Google Calendar para planificar plazos de entrega de actividades y de puntos relevantes del proyecto.
<b>Objetivos</b>	Planificar las tareas necesarias.
<b>Competencias</b>	CD, SIEP.
<b>Contenidos</b>	La función de producción.
<b>Estrategias metodológicas</b>	Expositiva-participativa.
<b>Agrupamiento</b>	Colectiva.
<b>Materiales y recursos</b>	Ordenador y proyector.
<b>Temporalización</b>	20 minutos
<b>Evaluación</b>	Recogido en el diario de clase, que se evaluará al final del proyecto con la rúbrica correspondiente del Anexo 3.
<b>Desarrollo de la actividad</b>	Se compartirá un calendario de Google con los alumnos, a través de los correos electrónicos académicos proporcionados por ellos mismos para trabajar la asignatura. Se les explicará cómo sincronizarlo y ellos deberán establecer, entre todos, los plazos relevantes dentro del proyecto: fecha de lanzamiento, tiempo de producción, fecha de visita a la asociación u ONG, etc.

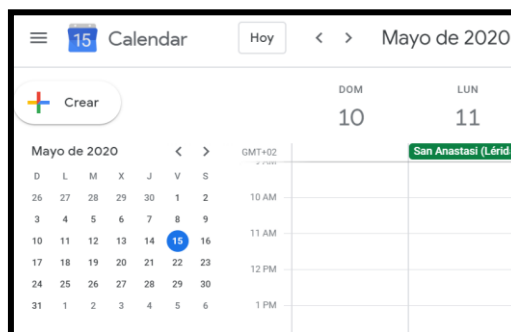


Figura 11: El calendario.  
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 11: Actividad 12 – Calendario del proyecto.

### Actividad 14: Plan de precio


	<b>Descripción de la actividad</b>	Concretar un plan de precio sobre el proyecto.
	<b>Objetivos</b>	Tareas necesarias en producción.
	<b>Competencias</b>	SIEP, CMCT.
	<b>Contenidos</b>	La función comercial y de marketing; La función de producción; El plan de empresa.
	<b>Estrategias metodológicas</b>	Preguntas-Respuestas. Método socrático.
	<b>Agrupamiento</b>	3-4 personas.
	<b>Materiales y recursos</b>	N.A.
<b>Temporalización</b>	10 minutos.	
<b>Evaluación</b>	Recogido en el diario de clase, que se evaluará al final del proyecto con la rúbrica correspondiente del Anexo 3.	
<b>Desarrollo de la actividad</b>	Posterior a la explicación de los tipos de estrategia de precios que existen (descremación, penetración...) tendrán que elegir cuál se adapta mejor al proyecto y por qué, dando fundamentaciones sólidas de su argumento, para posteriormente debatirlo entre toda la clase. Las conclusiones del debate deberán tener forma de propuestas de acción o implementación.	

Figura 12: El precio.  
Fuente:  
Elaboración propia.

Tabla 12: Actividad 14 – Plan de precio.

### Actividad 15: Plan de distribución


<b>Descripción de la actividad</b>	Concretar un plan de distribución sobre el proyecto.	
<b>Objetivos</b>	Formas de distribución o promoción; Tareas necesarias en distribución.	
<b>Competencias</b>	SIEP.	
<b>Contenidos</b>	La función comercial y de marketing; La función de producción; El plan de empresa.	
<b>Estrategias metodológicas</b>	Preguntas-Respuestas. Método socrático.	
<b>Agrupamiento</b>	3-4 personas.	
<b>Materiales y recursos</b>	N.A.	
<b>Temporalización</b>	10 minutos.	

Figura 13: La distribución.  
Fuente:  
Elaboración propia.

<b>Evaluación</b>	Recogido en el diario de clase, que se evaluará al final del proyecto con la rúbrica correspondiente del Anexo 3.
<b>Desarrollo de la actividad</b>	Posterior a la explicación de los tipos de estrategia de distribución que existen (pequeña escala, gran escala, con intermediarios...) tendrán que elegir cuál se adapta mejor al proyecto y por qué, dando fundamentaciones sólidas de su argumento, para posteriormente debatirlo entre toda la clase. Las conclusiones del debate deberán tener forma de propuestas de acción o implementación.

Tabla 13: Actividad 15 – Plan de distribución.


<b>Actividad 16: Producción</b>		
 <p><i>Figura 14: La creación. Fuente: Elaboración propia.</i></p>	<b>Descripción de la actividad</b>	Crear físicamente el producto o desarrollar el servicio que se va a ofrecer.
	<b>Objetivos</b>	Espíritu emprendedor. Manejo de las TICs.
	<b>Competencias</b>	SIEP, CD, CAA.
	<b>Contenidos</b>	La función de producción.
	<b>Estrategias metodológicas</b>	N.A.
	<b>Agrupamiento</b>	Colectivo.
	<b>Materiales y recursos</b>	De acuerdo al proyecto.
<b>Temporalización</b>	120 minutos.	
<b>Evaluación</b>	Recogido en el diario de clase, que se evaluará al final del proyecto con la rúbrica correspondiente del Anexo 3.	
<b>Desarrollo de la actividad</b>	Esta actividad será muy variable y dependerá del producto o servicio que se haya decidido desarrollar. En este punto estarían todas las tareas vinculadas con la producción. Si fuese preparar clases de baile para compañeros de instituto, sería preparar coreografías, equipos de sonido, acondicionar espacios etc. Si fuese una yincana, sería la elaboración detallada del recorrido o la consecución de permisos necesarios. Siempre guiados por el profesor, deberán llegar a consenso, tomar decisiones de manera colectiva y negociar entre ellos para crear el mejor producto posible.	

Tabla 14: Actividad 16 – Producción.

Actividad 19: Principales fórmulas en hojas de cálculo	
<b>Descripción de la actividad</b>	Se les entregará una serie de cálculos que deben solucionar utilizando exclusivamente la hoja de cálculo.
<b>Objetivos</b>	Manejo de las TICs.
<b>Competencias</b>	CD, CMCT.
<b>Contenidos</b>	Las actividades de la empresa, el plan de empresa.
<b>Estrategias metodológicas</b>	Trabajo por tareas.
<b>Agrupamiento</b>	Individual.
<b>Materiales y recursos</b>	Aula de informática.
<b>Temporalización</b>	60 minutos en dos sesiones.
<b>Evaluación</b>	Recogido en el diario de clase, que se evaluará al final del proyecto con la rúbrica correspondiente del Anexo 3.
<b>Desarrollo de la actividad</b>	Después de la explicación básica del uso de las bases de datos, se presentarán unos cálculos básicos para realizar con fórmulas. Dependiendo de la velocidad de cada estudiante, se irán añadiendo términos muy utilizados como media, máximo o mínimo. Se les irá entregando una hoja de cálculo en su correo electrónico con diferentes hojas. Cada hoja tendrá un tipo de cálculo y añadirá nuevos contenidos. El alumno que desee podrá ampliar en casa las formas de llevar a cabo las principales operaciones comunes en las empresas (filtros, ordenar, función BUSCARV, etc).

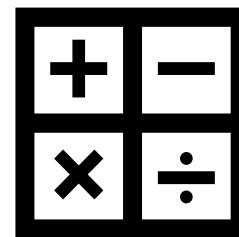


Figura 15: Las fórmulas.  
Fuente:  
Microsoft Office 365.

Tabla 15: Actividad 19 – Principales fórmulas en hojas de cálculo.

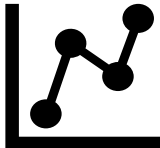
Actividad 22: Gráficos en hojas de cálculo		
<b>Descripción de la actividad</b>	Crear gráficos relacionados con resultados empresariales reales y sacar conclusiones.	
	<b>Objetivos</b>	Manejo de las TICs, Espíritu emprendedor, Reflexionar sobre el proceso.
	<b>Competencias</b>	CD, SIEP, CMCT.
	<b>Contenidos</b>	El plan de empresa. Evaluación de la idea.
	<b>Estrategias metodológicas</b>	Trabajo por tareas.
	<b>Agrupamiento</b>	Individual.
	<b>Materiales y recursos</b>	Aula de informática.

Figura 16: Los gráficos.  
Fuente:  
Microsoft Office 365.



<b>Temporalización</b>	30 minutos.
<b>Evaluación</b>	Recogido en el diario de clase, que se evaluará al final del proyecto con la rúbrica correspondiente del Anexo 3.
<b>Desarrollo de la actividad</b>	Se les enviará por email a los alumnos una lista en una hoja de cálculo con variables simulando datos que se obtienen en un negocio real como una tienda: unidades vendidas, recaudación, personas que entran, devoluciones, etc. Los alumnos tendrán que experimentar y hacer gráficas utilizando estos datos y sacar conclusiones. Aquellos alumnos que terminen rápido podrán avanzar hacia combinaciones de variables (ticket medio) o gráficos dinámicos a partir de tablas dinámicas. Sus resultados y conclusiones quedarán recogidos en el diario de clase.

Tabla 16: Actividad 22 – Gráficos en hojas de cálculo.

### 2.3. Actividades de ampliación

Esas actividades están programadas pero su ejecución será flexible, dependiendo de las necesidades percibidas por el docente. Aquellos alumnos que tengan su tarea al día y estén interesados en ampliar conocimientos, tendrán acceso a estas actividades complementarias. Existen actividades que se enmarcan en este apartado, como las de las Tablas 17 y 18, que no dejan de ser una extensión práctica del desarrollo de un plan de comunicación para poder ejecutar de la mejor manera posible las actividades relacionadas con la comercialización del producto o servicio.

<b>Actividad 17: Crear perfiles de RRSS</b>	
<b>Descripción de la actividad</b>	Crear perfiles de RRSS o contenido de distribución para la promoción del proyecto.
<b>Objetivos</b>	Manejo de las TICs, Formas de distribución o promoción.
<b>Competencias</b>	CCL, CD, SIEP.
<b>Contenidos</b>	La función comercial y de marketing.
<b>Estrategias metodológicas</b>	Trabajo por tareas.
<b>Agrupamiento</b>	Grupos de 2-3 personas.
<b>Materiales y recursos</b>	Aula de informática.
<b>Temporalización</b>	25 minutos.
<b>Evaluación</b>	Recogido en el diario de clase, que se evaluará al final del proyecto con la rúbrica correspondiente del Anexo 3.
<b>Desarrollo de la actividad</b>	Esta actividad de ampliación se llevará a cabo si los alumnos están, en su conjunto, al día con el proyecto (es decir, si la producción está lista) y, dentro de ese contexto, lo harán aquellos alumnos que estén al día de sus tareas individuales, como la entrega 1 y 2. Si no, aprovecharán ese tiempo para completarlo. En esta actividad, se hablará de las redes



Figura 17: La difusión.  
Fuente:  
Elaboración propia..



	sociales, la importancia de tratarla bien y como medio de comunicación publicitaria. Se harán diseños de difusión en redes y, si el proyecto se da a ello, incluso se creará un perfil propio del proyecto. Se tratará la red Whatsapp, Facebook, Instagram y/o Tiktok.
--	---

Tabla 17: Actividad 17 – Crear perfiles de RRSS.


Actividad 18: Preparando un mailing		
<b>Descripción de la actividad</b>	Diseño de un correo electrónico estandarizado para comunicar el proyecto a los clientes objetivo.	
 <p><i>Figura 18: El email. Fuente: Microsoft Office 365.</i></p>	<b>Objetivos</b>	Manejo de las TICs, Formas de distribución o promoción.
	<b>Competencias</b>	CCL, CD, SIEP
	<b>Contenidos</b>	La función comercial y de marketing.
	<b>Estrategias metodológicas</b>	Trabajo por tareas.
	<b>Agrupamiento</b>	Grupos de 2-3 personas.
	<b>Materiales y recursos</b>	Aula de informática.
<b>Temporalización</b>	25 minutos.	
<b>Evaluación</b>	Recogido en el diario de clase, que se evaluará al final del proyecto con la rúbrica correspondiente del Anexo 3.	
<b>Desarrollo de la actividad</b>	Esta actividad de ampliación se llevará a cabo si los alumnos están, en su conjunto, al día con el proyecto (es decir, si la producción está lista) y, dentro de ese contexto, lo harán aquellos alumnos que estén al día de sus tareas individuales, como la entrega 1 y 2. Si no, aprovecharán ese tiempo para completarlo. En este caso, el tiempo dependerá de la extensión de la actividad anterior. Se explicará en que consiste el mailing, sus funciones y se presentarán las principales plataformas de envíos masivos de email y cómo es su funcionamiento, como Mailrelay o Mailchimp. Se propondrá crear un ejemplo adaptado al proyecto. El resultado quedará recogido en el diario de clase.	

Tabla 18: Actividad 18 – Preparando un mailing.

#### 2.4. Actividades de evaluación

Pese a ser una metodología dinámica y difícil de evaluar con las herramientas tradicionales, existen formas de evaluación compatibles con la misma como desarrollo de esquemas (Tabla 21), entrega de archivos telemáticamente (Tabla 22) o redacción de informes cuantitativos (Tabla 24).

Actividad 23: Redacción reflexiva sobre el proyecto	
<b>Descripción de la actividad</b>	Escribir una redacción reflexiva y crítica sobre el proyecto, con conclusiones y propuestas de mejora.
<b>Objetivos</b>	Reflexionar sobre el proceso.
<b>Competencias</b>	CAA, CSC, SIEP.
<b>Contenidos</b>	El plan de empresa Evaluación de la idea.
<b>Estrategias metodológicas</b>	Trabajo por tareas.
<b>Agrupamiento</b>	Individual.
<b>Materiales y recursos</b>	N.A.
<b>Temporalización</b>	N.A.
<b>Evaluación</b>	Recogido en el diario de clase, que se evaluará al final del proyecto con la rúbrica correspondiente del Anexo 3.
<b>Desarrollo de la actividad</b>	Deben escribir una redacción de, al menos, una página (sin contar imágenes, Times New Roman 12, interlineado 1,15) sobre su opinión sobre el proyecto. Qué ha significado para ellos, qué no les ha gustado, qué les ha gustado más, qué esperaban que hubiese sido diferente y propuestas de mejora para el próximo año en el proceso. Deberá ser escrita a mano y se considerará como la última página de si diario de clase (aunque sea en dos formatos distintos), dando por concluido el proyecto a nivel de entregas. Se entregará, como máximo, el día de la salida del centro a la asociación u ONG beneficiaria, junto con el resto del diario de clase (entrega virtual).



Figura 19: La reflexión.  
Fuente:  
Elaboración propia.

Tabla 19: Actividad 23 – Redacción reflexiva sobre el proyecto.


Actividad 24: Salida del centro		
<b>Descripción de la actividad</b>	Visita a la sede de la asociación u ONG a la que se destinará el dinero.	
	<b>Objetivos</b>	Conocer la realidad de la que forman parte, Instituciones públicas y privadas.
	<b>Competencias</b>	CSC, CCL, CAA.
	<b>Contenidos</b>	El entorno, el rol social de la empresa.
	<b>Estrategias metodológicas</b>	N.A.
	<b>Agrupamiento</b>	Colectivo.
	<b>Materiales y recursos</b>	Los propios de una salida del centro.

Figura 20: La sociedad.  
Fuente:  
Elaboración propia..

	<b>Temporalización</b>	2/3 horas.
<b>Evaluación</b>	Recogido en el diario de clase, que se evaluará al final del proyecto con la rúbrica correspondiente del Anexo 3.	
<b>Desarrollo de la actividad</b>	Los alumnos participantes irán de manera presencial a la sede en la ciudad de la asociación escogida. Dependiendo de la ubicación, se irá a pie o en transporte público. Los alumnos llevarán el dinero y les harán entrega a los responsables correspondientes. Se tomarán fotografías para publicaciones por parte de la propia asociación y también para el centro. Durante el camino se les explicará a los estudiantes la posibilidad de crear, entre todos, posteriormente, una nota de prensa relacionada con el proyecto y, junto con las imágenes, mandarlas a periódicos locales. Dependiendo de su interés y acogida, lo llevarán a cabo.	

Tabla 20: Actividad 24 – Salida del centro.

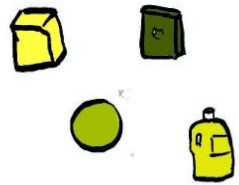
<b>Actividad 10: Esquema de 4 ‘P’s para el proyecto</b>		
<b>Descripción de la actividad</b>	Después de conocer las 4 ‘P’s, se les pide individualmente un esquema donde representen la teoría aplicada al proyecto.	
<b>Objetivos</b>	Componentes del Marketing Mix.	
<b>Competencias</b>	SIEP, CD.	
<b>Contenidos</b>	La función comercial y de marketing.	
<b>Estrategias metodológicas</b>	Trabajo por tareas.	
<b>Agrupamiento</b>	Individual.	
<b>Materiales y recursos</b>	N.A.	
<b>Temporalización</b>	N.A.	
<b>Evaluación</b>	Se evaluará de acuerdo a la rúbrica correspondiente del Anexo 3.	
<b>Desarrollo de la actividad</b>	En esta actividad tendrán que hacer un esquema simple en el que indiquen las principales características que el producto o servicio que se cree tiene que tener en lo que respecta a las 4 ‘P’s del marketing, y, además, justificar el por qué de esa elección. La fecha límite de la entrega será en la primera clase de la siguiente semana, es decir, que en cualquier caso tendrán un fin de semana para poderlo hacer. Se entregará como presentación de diapositivas (online) y no más tarde que al inicio de la clase. Por cada día de retraso injustificado, se restará un 10% sobre el total conseguido de acuerdo con la rúbrica.	

Figura 21: El esquema.  
Fuente:  
Elaboración propia.

Tabla 21: Actividad 10 – Esquema de 4 ‘P’s para el proyecto.

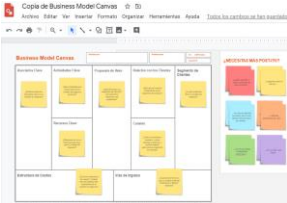
Actividad 13: Canvas		
<b>Descripción de la actividad</b>	Crear un Canvas a partir de la plantilla que ofrece Google.	
 <p><i>Figura 22: El Canvas. Fuente: Google Model Canvas.</i></p>	<b>Objetivos</b>	Componentes del Marketing Mix.
	<b>Competencias</b>	SIEP, CD.
	<b>Contenidos</b>	La función comercial y de marketing.
	<b>Estrategias metodológicas</b>	Trabajo por tareas.
	<b>Agrupamiento</b>	Individual.
	<b>Materiales y recursos</b>	N.A.
<b>Temporalización</b>	N.A.	
<b>Evaluación</b>	Se evaluará de acuerdo a la rúbrica correspondiente del Anexo 3.	
<b>Desarrollo de la actividad</b>	En esta actividad tendrán que completar en una plantilla de Business Model Canvas de Google el Canvas llevado a cabo en clase. Deberán utilizar los pósts de colores para separar contenido interno (recursos o actividades clave) de contenido externo (canales, clientes), así como la parte financiera de gastos e ingresos. Además de simplemente representar el Canvas de clase en ese formato para entregarlo por email como PDF, deberán añadir alguna nota o comentario sobre algo que deberían haber tenido en cuenta según su criterio y no se haya hecho. La fecha límite de la entrega será en la primera clase de la siguiente semana, es decir, que en cualquier caso tendrán un fin de semana para poderlo hacer. Por cada día de retraso injustificado, se restará un 10% sobre el total conseguido de acuerdo con la rúbrica.	

Tabla 22: Actividad 13 – Canvas.

Actividad 20: Diseño de packaging	
<b>Descripción de la actividad</b>	Diseño de un packaging ecológico, barato, bonito e inspirado en el día de Andalucía.
<b>Objetivos</b>	Espíritu emprendedor, Formas de distribución o promoción.
<b>Competencias</b>	CSC, CAA, SIEP, CEC.
<b>Contenidos</b>	El plan de empresa, la función comercial y de marketing.
<b>Estrategias metodológicas</b>	Trabajo por tareas.
<b>Agrupamiento</b>	Individual.
<b>Materiales y recursos</b>	N.A.



*Figura 23: El packaging.  
Fuente:  
Elaboración propia.*

<b>Temporalización</b>	N.A.
<b>Evaluación</b>	Se evaluará de acuerdo a la rúbrica correspondiente del Anexo 3.
<b>Desarrollo de la actividad</b>	En esta actividad tendrán que hacer un dibujo y una descripción de un packaging para el producto creado en el proyecto. Si lo creado es un servicio, se les propondrá un producto estándar para que sea la base de su diseño. Las características que debe tener es que sea ecológico, barato, bonito y que tenga de alguna forma una relación (perceptible o simbólica) con Andalucía, al ser cercano el día de la comunidad. La fecha límite de la entrega será en la primera clase de la siguiente semana, es decir, que en cualquier caso tendrán un fin de semana para poderlo hacer. Se podrá entregar online o a mano al inicio de la clase y no más tarde. Por cada día de retraso injustificado, se restará un 10% sobre el total conseguido de acuerdo con la rúbrica.

Tabla 23: Actividad 20 – Diseño de packaging.


<b>Actividad 22: Informe de resultados</b>		
<b>Descripción de la actividad</b>	Crear un informe, con gráficos, sobre el proyecto desde el punto de vista financiero/contable.	
 <p><i>Figura 24: El informe. Fuente: Microsoft Office 365.</i></p>	<b>Objetivos</b>	Manejo de las TICs, Espíritu emprendedor, Reflexionar sobre el proceso.
	<b>Competencias</b>	CD, SIEP, CMCT, CAA.
	<b>Contenidos</b>	El plan de empresa, Evaluación de la idea.
	<b>Estrategias metodológicas</b>	Trabajo por tareas.
	<b>Agrupamiento</b>	Individual.
<b>Materiales y recursos</b>	N.A.	
<b>Temporalización</b>	N.A.	
<b>Evaluación</b>	Se evaluará de acuerdo a la rúbrica correspondiente del Anexo 3.	
<b>Desarrollo de la actividad</b>	Se pide a los alumnos y alumnas crear un informe de resultados sobre el proyecto. Deberán recoger las métricas que ellos/as vean más interesantes (recaudación/día, número de ventas, relación entre acciones del plan de comunicación, etc.) y, a través de una hoja de cálculo, elaborar gráficos que aporten información de interés y relevante. Deberán al menos representar 3 gráficos y comentarlas, añadiendo una conclusión general. Se entregará por correo electrónico el informe en PDF u hoja de texto y, también, la hoja de cálculo que han utilizado. La fecha límite de entrega será el día de la salida del centro hacia la asociación u ONG a la que se entreguen los beneficios.	

Tabla 24: Actividad 22 – Informe de resultados.

Actividad 25: Diario de clase	
<b>Descripción de la actividad</b>	Reflexiones diarias de cada clase mientras dure el proyecto.
<b>Objetivos</b>	El plan de empresa, las actividades de la empresa.
<b>Competencias</b>	CCL, CMCT, CD, CAA, CSC, SIE.
<b>Contenidos</b>	Espíritu emprendedor. Reflexionar sobre el proceso.
<b>Estrategias metodológicas</b>	Trabajo por tareas.
<b>Agrupamiento</b>	Individual.
<b>Materiales y recursos</b>	N.A.
<b>Temporalización</b>	Durante todo el proyecto.
<b>Evaluación</b>	Se evaluará de acuerdo a la rúbrica correspondiente del Anexo 3.
<b>Desarrollo de la actividad</b>	El diario de clase recogerá una reflexión sobre cada sesión del proyecto, terminando con la reflexión crítica sobre el proyecto. En él tendrán que estar descritas las actividades previamente propuestas y los resultados de aquellas que así lo requieran (diseño creado en el design thinking, gráficos de la hoja de cálculo, etc.). Como guía, cada día el alumno deberá responder a tres preguntas, siempre las mismas: “¿Qué hemos hecho hoy?”, “¿por qué lo hemos hecho?” y “¿para qué me sirve a mí cuando monte una empresa?” Deberá tener una portada y un índice marcando cada entrada (sesión). El alumno no podrá completar aquellas sesiones en las que no haya participado por falta injustificada de asistencia. Se entregará en el día de la visita a la asociación u ONG. Cada día de retraso en la entrega tendrá asociada una reducción de la calificación del 5% sobre la nota actual del diario de clase. Se especificará un tipo de letra, tamaño, justificación e interlineado, y la portada será libre.



*Figura 25: El diario.  
Fuente:  
Elaboración propia.*

Tabla 25: Actividad 25 – Diario de clase.

### 3. Evaluación

Una vez se han definido los principios básicos de la evaluación y la normativa correspondiente, en este apartado se describirá cómo se llevará a cabo esa evaluación. Al ser un proceso de aprendizaje por competencias, las diferentes actividades entregables destacarán las competencias a desarrollar, si bien hay que tener en cuenta que el diario de clase (Tabla 25) será un mecanismo transversal de evaluación en todo el proceso y recogerá las reflexiones de los estudiantes sobre temáticas referidas en varios de los estándares de aprendizaje evaluables establecidos en la normativa.

Para el resto de los casos, el detalle de las competencias específicas de cada actividad se encuentra en la descripción detallada de cada actividad en el apartado

anterior. En la Tabla 26, se encuentra un resumen de la relación de los principales elementos a tener en cuenta para la evaluación.

Criterio de evaluac.	Estánd. de aprendizaje evaluables	Competencias	Ponderación	Medio (qué)	Técnica de evaluación (cómo)	Instrumento de evaluac. (con qué)
1	1.1, 1.2, 1.3	SIEP, CD, CAA	10%	Actividad 13: Canvas	Documento Google Canvas en PDF, enviado por email.	Rúbrica
2	2.1, 2.2	CD, CMCT, CCL	10%	Actividad 22: Hoja de cálculo	Hoja de cálculo enviada por email.	Rúbrica
3	3.1	SIEP, CAA, CSC	10%	Actividad 20: Packaging	Entrega de dibujos del <i>packaging</i> .	Rúbrica
3	3.1, 3.2	SIEP, CD	10%	Actividad 10: Esquema 4 P's	Presentación de diapositivas enviada por email.	Rúbrica
1, 2, 3	1.1, 1.2, 1.3, 2.1, 2.2, 3.1, 3.2, 3.3	SIEP, CD, CAA, CCL, CMCT, CSC	60%	Actividad 25: Diario de clase	Documento escrito en procesador de textos.	Rúbrica

Tabla 26: Relación de los principales elementos para la evaluación.

A nivel práctico, el docente contará con una hoja de cálculo donde introducirá las calificaciones de los estudiantes a partir de las rúbricas de las actividades entregables para evaluación y llevará a cabo la ponderación correspondiente para establecer la calificación final. En las tablas siguientes (27-31) se podrá consultar de manera detallada el contenido de las rúbricas de la presente unidad didáctica.

#### 4. Atención a la diversidad

A nivel legislativo, la exigencia de que cualquier alumno alcance su máximo potencial viene recogida, entre otros, en:

- Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, modificada con LOMCE, específicamente en el Título II (Equidad en la Educación) Capítulo I (Alumnado con necesidad específica de apoyo educativo), que abarca desde los artículos 71 al 79.
- Artículos 9, 15, 16 del Real Decreto 1105/2014, de 26 de diciembre.
- Artículos 20, 21, 23 del Decreto 111/2016, de 28 de junio de 2016.

Sin embargo, esta unidad didáctica, por su idiosincrasia, tiene la habilidad de ajustarse de manera sencilla a diferentes necesidades específicas del alumnado, tanto por su contenido como por su forma de ejecución. En realidad, no se trata de encontrar respuestas específicas a necesidades particulares, sino de trabajar con una metodología común entre todos los estudiantes, independientemente de sus necesidades educativas especiales, permitiendo una integración educativa real (Ojea Rúa, 2000).

<b>Rúbrica 1: Esquema de las 4 P's.</b>	<b>Grado de consecución máximo (2)</b>	<b>Grado de consecución alto (1,5)</b>	<b>Grado de consecución medio (1)</b>	<b>Grado de consecución bajo o insuficiente (0,5)</b>
Adecuación del resumen en lo relativo al precio.	Identifica una estrategia de precio con coherencia sobre el proyecto. Explica razonadamente el porqué de su selección.	Explica una estrategia de precio coherente con el proyecto, aunque sin una argumentación sólida de por qué esa medida y no otra.	Identifica una estrategia de precio poco coherente con el proyecto y no sustenta su argumentación de forma justificada.	Confunde la estrategia de precio con otra. La propuesta no es coherente con el proyecto y no está debidamente justificada.
Adecuación del resumen en lo relativo al producto.	Identifica unas características del producto realistas y con coherencia sobre el proyecto. Explica razonadamente el porqué de su elección.	Defiende unas características del producto realista y coherente con el proyecto, aunque sin una argumentación sólida de por qué esos atributos y no otros.	Identifica unas características de producto poco coherente con el proyecto y no sustenta su argumentación de forma justificada.	Confunde la estrategia de producto con otra. La propuesta no es coherente con el proyecto y no está debidamente justificada.
Adecuación del resumen en lo relativo a la promoción.	Identifica una estrategia de promoción con coherencia sobre el proyecto. Explica razonadamente el porqué de su selección.	Explica una estrategia de promoción coherente con el proyecto, aunque sin una argumentación sólida de por qué esa medida y no otra.	Identifica una estrategia de promoción poco coherente con el proyecto y no sustenta su argumentación de forma justificada.	Confunde la estrategia de promoción con otra. La propuesta no es coherente con el proyecto y no está debidamente justificada.
Adecuación del resumen en lo relativo a la distribución.	Identifica una estrategia de precio con coherencia sobre el proyecto. Explica razonadamente el porqué de su selección.	Explica una estrategia de precio coherente con el proyecto, aunque sin una argumentación sólida de por qué esa medida y no otra.	Identifica una estrategia de precio poco coherente con el proyecto y no sustenta su argumentación de forma justificada.	Confunde la estrategia de precio con otra. La propuesta no es coherente con el proyecto y no está debidamente justificada.
Formato y entrega.	La entrega se realiza en el formato deseado, y enviado por email con un mensaje correcto (introducción, identificación, saludo, etc.). Con menos de 2 faltas de ortografía en total.	La entrega se realiza en el formato deseado, de manera clara, pero enviado por email con un mensaje no del todo correcto. Con menos de 5 faltas de ortografía en total.	La entrega no se realiza en el formato deseado, pero en uno similar y cumpliendo los requisitos de forma. Con menos de 8 faltas de ortografía en total.	La entrega no se realiza en el formato deseado ni el envío se hace con un mensaje adecuado. Con más de 8 faltas de ortografía en total.

Tabla 27: Rúbrica para la actividad de evaluación 10.



<b>Rúbrica 2: Canvas.</b>	<b>Grado de consecución máximo (2)</b>	<b>Grado de consecución alto (1,5)</b>	<b>Grado de consecución medio (1)</b>	<b>Grado de consecución bajo o insuficiente (0,5)</b>
Identifica las características internas del proyecto	Determina de manera correcta la propuesta de valor del proyecto, así como las actividades y recursos clave.	Determina la propuesta de valor del proyecto, e identifica recursos y/o actividades útiles, pero no claves.	Identifica bondades del proyecto, pero no resalta la propuesta de valor diferencial con respecto a otros.	No destaca la propuesta de valor clave y confunde actividades y recursos clave con otros que no lo son.
Identifica las características externas del proyecto	Distingue el tipo de relación con clientes que caracterizará al proyecto, así como quiénes son y cómo se llegará a ellos.	Distingue quiénes son los clientes y cómo se les venderá, pero no resalta cómo será la relación con ellos.	Aunque conoce quiénes serán los clientes, no tiene claro cuál es el canal que se usará ni cómo será la relación.	No define quiénes serán sus clientes con claridad ni cómo se llegará a ellos.
Estructura financiera (gastos e ingresos)	La estructura financiera es realista, clara y ordenada, teniendo en cuenta todos los ingresos y posibles gastos.	Identifica el origen de los ingresos de manera clara y de alguno de los gastos que se pueden encontrar.	Identifica el origen de los ingresos de manera clara pero no tiene en cuenta gastos realistas discutidos en clase.	No tiene claro el origen de los ingresos y/o de los gastos, con propuestas no coherentes con el proyecto y lo discutido en clase.
Innovación propia	Aporta nuevos puntos de vista interesantes a considerar para una mejora significativa del proyecto en 3 apartados o más.	Aporta nuevos puntos de vista interesantes a considerar para una mejora significativa del proyecto en 2 apartados o más.	Aporta nuevos puntos de vista interesantes a considerar para una mejora significativa del proyecto en algún apartado.	No aporta nada nuevo con respecto a lo discutido en clase.
Formato y entrega	La entrega se realiza en el formato deseado, de manera clara y enviado por email con un mensaje correcto (introducción, identificación, saludo, etc.). Con menos de 2 faltas de ortografía en total.	La entrega se realiza en el formato deseado, de manera clara, pero enviado por email con un mensaje no del todo correcto. Con menos de 5 faltas de ortografía en total.	La entrega no se realiza en el formato deseado, pero en uno similar y cumpliendo los requisitos de forma. Con menos de 8 faltas de ortografía en total.	La entrega no se realiza en el formato deseado ni el envío se hace con un mensaje adecuado. Con más de 8 faltas de ortografía en total.

Tabla 28: Rúbrica para la actividad de evaluación 13.

<b>Rúbrica 3: Diseño de packaging.</b>	<b>Grado de consecución máximo (2)</b>	<b>Grado de consecución alto (1,5)</b>	<b>Grado de consecución medio (1)</b>	<b>Grado de consecución bajo o insuficiente (0,5)</b>
Packaging ecológico	La idea de packaging desarrollada se basa exclusivamente en productos reciclados y la justificación de su utilización es correcta.	El packaging diseñado utiliza en su mayoría material reciclado, justificando adecuadamente su uso y ventajas.	El packaging contiene algún material reciclado, pero en su mayoría no lo es.	Ningún componente del packaging diseñado es ecológico o reciclado.
Packaging económico	El packaging es a coste 0 o muy barato y la justificación del coste es realista. Sería muy razonable llevarlo a cabo por su viabilidad.	El packaging es a coste 0 o muy barato, aunque la justificación del bajo coste no es completamente realista y eso compromete su viabilidad real.	El packaging tiene un bajo precio, pero no podría ser viable utilizarlo en el proyecto.	El packaging tendría un coste alto y no sería viable en ningún caso para el proyecto.
Packaging atractivo	Visualmente es atractivo que llamaría la atención de los consumidores de una manera positiva.	El packaging es bonito y original, aunque no sería un valor diferenciador del producto.	El packaging es visualmente adecuado, pero no es original ni llama la atención.	El packaging no es visualmente adecuado y repercutiría negativamente a las ventas.
Packaging “andaluz”	El packaging tiene una relación coherente y debidamente justificada con Andalucía.	El packaging evoca a Andalucía y hay una justificación escrita, aunque de manera muy leve.	El packaging podría tener algo que ver con Andalucía, pero no lo parece ni está adecuadamente justificado.	El packaging no tiene nada que ver con Andalucía ni está de forma alguna justificada.
Formato y entrega	La entrega se realiza en el formato deseado, de manera clara y enviado por email con un mensaje correcto (introducción, identificación, saludo, etc.). Con menos de 2 faltas de ortografía en total.	La entrega se realiza en el formato deseado, de manera clara, pero enviado por email con un mensaje no del todo correcto. Con menos de 5 faltas de ortografía en total.	La entrega no se realiza en el formato deseado, pero en uno similar y cumpliendo los requisitos de forma. Con menos de 8 faltas de ortografía en total.	La entrega no se realiza en el formato deseado ni el envío se hace con un mensaje adecuado. Con más de 8 faltas de ortografía en total.

Tabla 29: Rúbrica para la actividad de evaluación 20.

<b>Rúbrica 4: Informe.</b>	<b>Grado de consecución máximo (2)</b>	<b>Grado de consecución alto (1,5)</b>	<b>Grado de consecución medio (1)</b>	<b>Grado de consecución bajo o insuficiente (0,5)</b>
Métricas utilizadas	El alumno combina dos o más variables para construir métricas complejas que aportan un gran valor al análisis.	Las métricas utilizadas por el alumno son adecuadas para analizar el proyecto y revelan información de interés.	Las métricas utilizadas por el alumno son lógicas, pero no aportan información de interés sobre el proyecto.	Las métricas usadas no son aplicables al proyecto y, por tanto, no son correctas.
Fórmulas utilizadas	El alumno enlaza las fórmulas de manera eficiente y utiliza fórmulas más complejas que las básicas. Los cálculos son correctos.	El alumno utiliza fórmulas correctamente, incluso alguna más avanzada, aunque no de una manera eficiente (es decir, conseguir lo mismo con fórmulas más cortas).	El alumno usa únicamente las fórmulas básicas y de manera poco eficiente. Existen errores de cálculo.	El alumno no utiliza fórmulas y los números están calculados de forma externa a la hoja de cálculo.
Gráficos utilizados	Los gráficos utilizados son diferentes (barras, tarta...) y cada uno es óptimo para la métrica que analiza.	Hay al menos dos tipos de gráficos diferentes y permiten reflejar las conclusiones que se exponen finalmente.	Sólo se usa un tipo de gráfico, que representa de forma correcta las métricas elegidas.	Se usa un solo gráfico y no de forma correcta. Los ejes no están correctamente adecuados a la información.
Reflexiones sobre los gráficos	Las reflexiones sobre los gráficos son lógicas, detalladas y tienen una justificación coherente a nivel empresarial.	Se comentan los gráficos adecuadamente, con justificación, pero la relación con el negocio es escasa.	Los gráficos son interpretados correctamente pero no están relacionados con tendencias o aspectos empresariales.	La interpretación de los gráficos es errónea y no se adecúan a los datos recogidos.
Conclusión final	Existe una conclusión lógica, formada a partir de los 3 gráficos, de forma crítica con el proyecto y aportando formas de mejora.	La conclusión es completa, hace referencia a los resultados de los gráficos y analiza críticamente el proyecto, aunque sin aportar formas de mejora.	La conclusión es correcta, aunque no hay ninguna reflexión más profunda y crítica con el proyecto ni tampoco propuestas de mejora.	La conclusión no es adecuada porque no se basa en los gráficos obtenidos, no hay crítica sobre el proyecto ni propuestas de mejora.

Tabla 30: Rúbrica para la actividad de evaluación 22.

<b>Rúbrica 5: Diario de clase.</b>	<b>Grado de consecución máximo (2)</b>	<b>Grado de consecución alto (1,5)</b>	<b>Grado de consecución medio (1)</b>	<b>Grado de consecución bajo o insuficiente (0,5)</b>
Contenido completo	El diario recoge, al menos, el 21 de las sesiones llevadas a cabo.	El diario recoge, al menos, el 19 de las sesiones llevadas a cabo.	El diario recoge, al menos, el 17 de las sesiones llevadas a cabo.	El diario recoge menos de 17 sesiones de las llevadas a cabo.
Formato, orden y entrega	La entrega se realiza en el formato deseado, de manera clara y estructurada, con portada y enviado por email con un mensaje correcto (introducción, identificación, saludo, etc.). Con menos de 10 faltas de ortografía en total.	La entrega se realiza en el formato deseado, de manera clara, pero las sesiones no están adecuadamente ordenadas y/o ha sido enviado por email con un mensaje no del todo correcto. Con menos de 20 faltas de ortografía en total.	La entrega no se realiza en el formato deseado (tamaño, espaciado...) y alguna de las sesiones no están ordenadas. El email no es correcto y/o hay menos de 30 faltas de ortografía.	La entrega no se realiza en el formato deseado (tamaño, espaciado...) y las sesiones no están ordenadas. El email no es correcto y/o hay más de 30 faltas de ortografía.
Reflexiones sobre emprendimiento	El alumno completa ampliamente el apartado sobre la aplicación para emprender y aporta ejemplos reales de cómo lo podría utilizar en la práctica.	El alumno es consciente de la utilidad de las actividades para su propio emprendimiento en el futuro y lo expresa manifiestamente.	El alumno destaca algunas actividades como buenas para emprender, pero no analiza en detalle todas ellas.	El alumno no muestra interés en extrapolar las actividades realizadas a su futuro empresarial y emprendedor.
Trabajo en equipo	Recoge las diferentes formas de trabajo en equipo, muestra su participación activa y reconoce la consecución de objetivos gracias a la cooperación entre ellos.	Identifica trabajos en equipo y reconoce las bondades que tiene, aunque no justifica por qué el trabajo en equipo es tan beneficioso.	Muestra que ha participado en trabajos de equipo, pero no en todos ni tampoco justifica sus beneficios.	Critica el trabajo en equipo y/o al trabajo de otros compañeros de forma no razonada.
Resultado de actividades	Adjunta los resultados de todas las actividades que se han llevado a cabo y tenían un "output", como el prototipo del design thinking, el organigrama o el contenido para redes sociales.	Adjunta los resultados de la mayoría de actividades llevadas a cabo que tenían un resultado en sí mismas.	Adjunta la mitad o menos de los resultados de actividades.	No adjunta ningún resultado de las actividades llevadas a cabo que eran susceptible de ello.
Reflexión final	La reflexión final es estructurada, completa y coherente. Tiene componente de negocio y emprendimiento y también reconoce la bondad de los servicios y mejora a la sociedad. También hay propuestas de mejora relevantes.	La reflexión final es estructurada, completa y coherente. Tiene componente de negocio y emprendimiento, aunque resta valor al objetivo social real. Hay escasas propuestas de mejora, aunque relevantes.	La reflexión final no es del todo completa, aunque sí que tiene componente de negocio y emprendimiento. Las propuestas de mejora no son realistas o no son relevantes.	La reflexión final es escasa, no reconoce todo el trabajo ni existe reflexión empresarial. No hay propuestas de mejora o, si las hay, no son realmente aplicables.

Tabla 31: Rúbrica para la actividad de evaluación 25.

Por todo ello, no se van a crear actividades diferentes para la atención a la diversidad sino que la base de esta propuesta ha sido la utilización de una metodología que, de por sí, es innovadora, activa e inclusiva, ya que los alumnos con diferentes contextos, preferencias, intereses, habilidades o necesidades educativas especiales, trabajarán en un proyecto conjuntamente, donde todos los alumnos tendrán que tener relación de forma cooperativa con el resto, avanzando como equipo y siempre bajo la dirección y guía del profesor/a.

Una metodología basada en “aprender-haciendo”, como es el caso de esta unidad didáctica, de forma cooperativa, favorece la integración de alumnos con necesidades especiales. Si bien es cierto que es necesario una configuración específica para su participación en discusiones de alto nivel del proyecto (como planificación o elección del producto), estudios han demostrado que esas configuraciones no serían necesarias cuando trabajan en subgrupos o pequeñas tareas prácticas (Sormunen et al., 2020).

Todas las actividades son, además, flexibles para su adaptación si fuera necesario, así como los tiempos del propio proyecto. Se insta al profesor/a a cargo de llevar a cabo esta unidad didáctica de consultar con el equipo de Orientación Educativa del centro para adaptar de manera adecuada las actividades clave del mismo.

## 5. Referencias

### 5.1. Bibliografía científica

- Androutsos, A. y Brinia, V. (2019). Developing and piloting a pedagogy for teaching innovation, collaboration, and co-creation in secondary education based on design thinking, digital transformation, and entrepreneurship. *Education Sciences*, 9(2). <https://doi.org/10.3390/EDUCSCI9020113>
- Ballesta Pagán, J., Izquierdo Rus, T. y Romero Sánchez, B. E. (2011). Percepción del alumnado de Pedagogía ante el uso de metodologías activas | *Educatio Siglo XXI*. *Educatio Siglo XXI*, 29(2), 353–368. <https://revistas.um.es/educatio/article/view/133101>
- Crisol, E., Amber, D., Barrero, B., Higuera-Rodríguez, L., Hinojosa, E., Morales, A., Olmo, M., Pedrosa, B., Quirante, M. R. y Romero, M. A. (2015). Aprendiendo a enseñar: manual práctico de didáctica. In *Aprendiendo a enseñar: manual práctico de didáctica* (pp. 115–148). Pirámide.
- Dirección General de Industria y de la PYME. (2020). *Cifras PYME: Datos Febrero 2020*. <http://www.ipyme.org/Publicaciones/CifrasPYME-febrero2020.pdf>
- Dou, J., Su, E., Li, S. y Holt, D. T. (2020). Transgenerational entrepreneurship in entrepreneurial families: what is explicitly learned and what is successfully transferred? *Https://Doi.Org/10.1080/08985626.2020.1727090*, 33(5–6), 427–441. <https://doi.org/10.1080/08985626.2020.1727090>
- Fernandez Sánchez, L., Gómez Arqués, M. Á., Guerrero Ramos, D., Lázpita Abásolo, A., López Hernández, C., Morillas López, J., Rodríguez Lechuga, M. E. y Sánchez Martínez, G. (2015). *Hacer posible lo contrario: Enseñar y aprender de otra manera*. Delegación Territorial de educación, cultura y deporte de Granada.
- García-Ramos, C. y Martínez-Campillo, A. (2017). The Service-Learning methodology applied to Operations Management: From the Operations Plan to business start up. *WPOM-Working Papers on Operations Management*, 8, 171. <https://doi.org/10.4995/WPOM.V8I0.7200>

- Nylund, M. y Virolainen, M. (2019). Balancing ‘flexibility’ and ‘employability’: The changing role of general studies in the Finnish and Swedish VET curricula of the 1990s and 2010s: *Https://Doi.Org/10.1177/1474904119830508*, 18(3), 314–334. <https://doi.org/10.1177/1474904119830508>
- Ojea Rúa, M. (2000). Los proyectos de trabajo: una alternativa educativa como modelo de atención a la diversidad. *Revista Española de Pedagogía*, 215, 137–153.
- Parra-González, M. E., Belmonte, J. L., Segura-Robles, A. y Cabrera, A. F. (2020). Active and Emerging Methodologies for Ubiquitous Education: Potentials of Flipped Learning and Gamification. *Sustainability* 2020, Vol. 12, Page 602, 12(2), 602. <https://doi.org/10.3390/SU12020602>
- Real Decreto 1105/2014, de 26 de diciembre, por el que se establece el currículo básico de la Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato*. Retrieved July 23, 2022, from <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2015-37>
- Robledo, P., Fidalgo, R., Arias, O. y Álvarez, M. L. (2015). Percepción de los estudiantes sobre el desarrollo de competencias a través de diferentes metodologías activas. *Revista de Investigación Educativa*, 33(2), 369–383. <https://doi.org/10.6018/rie.33.2.201381>
- Rychen, D. S. y Salganik, L. H. (2003). *Key competencies for a successful life and a well-functioning society* (D. S. Rychen & L. H. Salganik (eds.)). Hogrefe & Huber Publishers. <https://psycnet.apa.org/record/2003-88274-000>
- Sormunen, K., Juuti, K. y Lavonen, J. (2020). Maker-Centered Project-Based Learning in Inclusive Classes: Supporting Students’ Active Participation with Teacher-Directed Reflective Discussions. *International Journal of Science and Mathematics Education*, 18(4), 691–712. <https://doi.org/10.1007/S10763-019-09998-9/FIGURES/2>

## 5.2. Bibliografía normativa

- Decreto 111/2016, de 14 de junio, por el que se establece la Ordenación y las enseñanzas correspondientes a la ESO en la comunidad autónoma de Andalucía.
- Decreto 219/2011, de 28 de junio, por el que se aprueba el Plan para el Fomento de la Cultura Emprendedora en el Sistema Educativo Público de Andalucía.
- Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, modificada por la Ley Orgánica 8/2013 de 9 de diciembre, de Mejora de la Calidad Educativa (BOE, Boletín número 295, de 10/12/13).
- Orden de 15 de enero de 2007, por la que se regulan las medidas y actuaciones a desarrollar para la atención del alumnado inmigrante (BOJA, Boletín número 33 de 14/02/2007).
- Orden de 14 de julio de 2016, por la que se desarrolla el currículo correspondiente a la ESO (BOJA, Boletín número 144 de 28/07/2016).
- Orden ECD/65/2015, de 21 de enero, por la que se especifican el sistema competencial del sistema educativo español.
- Real Decreto 1105/2014, de 26 de diciembre, por el que se establece el currículo básico de la Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato.