Silvia Naval Tobeña

IES BALTASAR GRACIÁN de Graus

La actividad ha consistido en realizar y exponer unos proyectos empresariales en colaboración con una empresa local del territorio donde se ubica el Centro educativo. Desde el Departamento de economía del IES visitamos a la Asociación de empresarios de Ribagorza y solicitamos colaboración para hacer una formación más experiencial y menos teórica en la materia de Fundamentos de administración y gestión de segundo de bachillerato.

La empresa Serseo Marketing digital se ofreció a establecer una relación con nosotros y han traído al aula herramientas digitales reales. Además, durante seis semanas han compartido casos prácticos de clientes suyos al alumnado. Los estudiantes los han resuelto semanalmente con los recursos digitales facilitados por la empresa y con los aprendizajes adquiridos han defendido un examen oral en las instalaciones de la empresa y para todo el equipo que compone Serseo.

Desarrollo de la actividad

Comenzamos contactando con la Asociación de empresarios de Ribagorza y les presentamos la siguiente propuesta

Tras el primer contacto con la Asociación, dos empresas mostraron interés en realizar una colaboración con el Departamento. Realizamos dos reuniones para cuadrar contenidos curriculares y finalmente, marcamos una hoja de ruta con la empresa Serseo Marketing Digital. En la planificación, nos coordinamos para que asistieran al Centro Educativo cuando empezáramos a estudiar los contenidos curriculares vinculados con el área comercial (marketing).

De este modo, cuando empezamos a trabajar en el aula el plan de Marketing, los dos empresarios: Javier Mariñosa y Nuria Zache, vinieron a clase y nos enseñaron a utilizar

diferentes herramientas digitales para optimizar el posicionamiento de páginas web y publicaciones en RRSS.

En la segunda sesión nos presentaron diferentes casos prácticos de clientes suyos reales y por grupos, el alumnado fue investigando y resolviendo estos casos. Los supuestos fueron seleccionados para que los estudiantes trabajaran diferentes modelos de negocio. Empezamos con empresas locales y de venta de productos físicos y acabamos con empresas que suministran servicios de un entorno nacional.

Las clases se convirtieron en reuniones de expertos. Por grupos, el alumnado resolvía las diferentes cuestiones que los empresarios les planteaba a través de los supuestos prácticos y

con una presentación hacían la asesoría a los clientes en relación a diversas temáticas: definieron el *buyer-persona* más afín a los negocios, analizaron los *long-tail* más apropiados, estudiaron las imágenes, formato de la página, selección de RRSS más adecuadas…

SEO
FLORISTERIA
FLORISTERIA ONLINE
REGALO SAN VALENTÍN
FLORES
QUE REGALAR

Como colofón final, el alumnado visitó las instalaciones de la empresa y defendió además del plan de marketing, todo el proyecto de empresa realizado a lo largo del trimestre.

Fue una actividad muy motivadora para los estudiantes de la materia por diversos motivos. En primer lugar, conocieron la aplicación práctica de los contenidos teóricos. Por otro lado, supuso para ellos una aproximación al mundo real y al mercado de trabajo. Y lo más importante es que a través del análisis de empresas reales, su aprendizaje es más significativo. En las exposiciones de proyectos, asistió además de los trabajadores de la empresa, la prensa local y regional dándoles tanto visibilidad como protagonismo.Se publicó en el Diario del Altoaragón la siguiente noticia en relación al proyecto “Empresa en el Aula”.

También la TV Local se hizo eco del proyecto y compartió el siguiente reportaje donde se puede conocer más en profundidad cómo se desarrolló la presentación de los proyectos y las conclusiones finales de esta cooperación

Metodología:

Se ha trabajado a través de metodologías activas integrando el ABP. Los estudiantes por grupos han ido resolviendo los retos/casos/cuestiones planteadas. Además, cabe destacar el hecho de que al ser una empresa y profesionales del sector quienes realizan la formación, toda la actividad toma un cariz muy real y significativo para el alumnado.

Temporalización:

El programa se ha llevado a cabo con el alumnado durante seis semanas durante una hora lectiva a la semana.

1ª sesión: Presentación de las herramientas de resolución de casos.

2ª sesión: Presentación de los casos.

3ª-5ª sesiones: Resolución y retroalimentación sobre los supuestos.

6ª sesión: Visita a la empresa y examen oral de la exposición de proyectos.

La labor docente requiere de alguna sesión más para organizar y coordinar esta colaboración. Dedicamos dos sesiones a la reunión con la Asociación de empresarios para explicar la propuesta, dos sesiones para preparar con los empresarios el guión a seguir y definir la hoja de ruta y al menos dos sesiones adicionales por temas de planificación y gestión de un buen aprovechamiento del proyecto.

Recursos y herramientas:

El aula de informática, proyector, ordenadores y diferentes herramientas vinculadas con planeadores de palabras clave, de diseño, de herramientas de SEO y de analítica entre otros como son:

Google Analytics, Semrush, SE Ranking, Google Trends, Google Labs, Answer the Public, Semrush, SEO, Keyword Tool, Google Analytics, Metricool…

Evidencias e impacto en el alumnado:

Todos los agentes que hemos participado en el proyecto lo hemos valorado muy positivamente. El alumnado se ha sentido muy motivado y ha hecho unas presentaciones extraordinarias, la empresa colaboradora ha manifestado sentirse muy a gusto y ha valorado la respuesta del alumnado de forma muy positiva. Desde el equipo docente también estamos muy satisfechos con esta manera de integrar elementos de la vida real en el entorno más académico que se suele dar dentro de las aulas.

Material opcional:

Competencias específicas

CE.FAG.5: Conoce y aplica métodos de investigación de mercados, analizando la información obtenida y segmentando el mercado de acuerdo con objetivos prefijados. Planifica estrategias comerciales distinguiendo las variables del marketing-mix.

CE.FAG.9: Expone su proyecto de emprendimiento siguiendo el Plan de Empresa elaborado, con una comunicación oral y escrita eficaz, utilizando medios audiovisuales, adaptándose a contextos de audiencia diversa vinculada con el entorno específico del propio proyecto.

Criterios de evaluación

5.1. Identifica el mercado objetivo al que dirige un producto o servicio, distinguiendo los segmentos atendiendo a criterios adecuados.

5.2. Reflexiona y aplica técnicas de investigación útiles para valorar las necesidades y preferencias de los clientes potenciales respecto a producto, precio, distribución y comunicación. Utiliza para ello de forma correcta, ética y segura herramientas de comunicación y análisis digitales, redes sociales, encuestas y hojas de cálculo.

9.1. Es capaz de identificar las características de la audiencia y adaptar sus explicaciones para ser entendido.

9.2. Utiliza habilidades de comunicación eficaz, que captan la atención y transmiten los contenidos del Plan de Empresa de manera clara, concisa y amena.

9.3. Elabora presentaciones y/o recursos audiovisuales para transmitir la idea de negocio y su viabilidad en todas sus dimensiones.

9.4. Utiliza herramientas digitales y de difusión de la información de manera responsable y efectiva.

9.5. Reflexiona sobre el impacto generado por su comunicación en la audiencia, interpretando las críticas y planteando soluciones a sus errores de proyecto y de comunicación.

9.6. Valora la adecuación de los proyectos de todo el grupo clase a un entorno local con perspectiva global, teniendo en cuenta el impacto positivo y negativo que podría generar.

Saberes básicos

1. Decisiones para iniciar un proyecto emprendedor. Plan de Empresa.

El Plan de empresa. La idea de negocio. Patentes. Objetivos. Misión, Visión y valores. Áreas funcionales de la empresa.

1. Organización interna de la empresa.

   Área comercial. Mercado objetivo. Técnicas y aplicación de estudios de mercado. Segmentación. Estrategias comerciales. Marketing mix: producto, precio, distribución y comunicación. Estrategias comerciales. Imagen de marca.

1. Viabilidad del Proyecto Emprendedor. Contabilidad y Fiscalidad.

   Síntesis de la información y conclusiones de viabilidad.

1. La información y comunicación empresarial. Exposición de un proyecto de empresa.

   Habilidades básicas de comunicación escrita, verbal y no verbal. La Comunicación externa e interna. Exposición pública de un proyecto. Aplicación de técnicas de comunicación eficaz. Adaptación a distintos tipos de público. Uso de la tecnología en la comunicación. Distintas aplicaciones informáticas y audiovisuales.

   Sinergias entre proyectos y con el entorno. *Feedback* de la exposición. Análisis de la repercusión del proyecto en un contexto real.

   Instrumentos de evaluación

   Para evaluar estas sesiones de han utilizado diferentes instrumentos de evaluación. Por un lado se ha realizado la evaluación a través de un examen oral que ha consistido en la defensa oral del proyecto por parte del alumnado.

   Y por otro lado se ha valorado también los trabajos que semanalmente han ido resolviendo los estudiantes.

Se adjunta a continuación la rúbrica para la valoración del examen oral:

Rubrica- Empresa en el aulaDescarga
Silvia Naval Tobeña

IES BALTASAR GRACIÁN de Graus