

APRENDRE A EMPRENDRE, UN EXEMPLE DE PROJECTE DE RECERCA

Juliol de 2009

Introducció PÀGINA 2

1. Objectius i competències bàsiques PÀGINA 3

2. Continguts i connexions amb altres matèries PÀGINA 4

3. Criteris d'avaluació PÀGINA 6

4. Orientacions metodològiques generals PÀGINA 7

5. Desenvolupament de les sessions PÀGINA 9

6. Registres d'avaluació PÀGINA 13

Recursos complementaris PÀGINA 15



Generalitat de Catalunya
Departament d'Educació
**Direcció General de l'Educació
Bàsica i el Batxillerat**

Introducció

El projecte de recerca de 4rt d'ESO pretén posar l'alumnat, al final de l'educació obligatòria, en situacions que afavoreixin l'autonomia, la responsabilitat i el sentit crític; el plantejament de fites de recerca assolibles i el seu compliment; i el desenvolupament de projectes en comú. Consta d'una sèrie de tasques que es poden construir a partir de situacions, problemes o preguntes inicials, sobre les quals l'alumnat, en petits grups, ha de plantejar una hipòtesi o objectiu, planificar el mètode de resolució, integrar informacions procedents de diverses fonts i, finalment, arribar a unes conclusions argumentades per mitjà d'un informe escrit i una breu exposició oral. Aquestes situacions inicials proposades a l'alumnat poden tenir un caràcter transversal però també es poden emmarcar dins un àmbit concret del currículum.

L'objectiu del projecte de recerca és contribuir al desenvolupament de les competències bàsiques de l'ESO i, especialment, de la competència d'aprendre a aprendre, i la competència d'autonomia i iniciativa personal. Per aquest motiu ha de tenir un caràcter obert, que permeti comprovar el grau d'autonomia de l'alumnat en la planificació de les accions a emprendre per assolir els objectius previstos i donar resposta als problemes plantejats, tot manejant de forma eficient recursos i tècniques del treball intel·lectual. El projecte de recerca també posa en acció les competències comunicativa lingüística i audiovisual (amb la presentació escrita del treball i l'exposició oral); la competència en el tractament de la informació i la competència digital (amb la cerca i gestió d'informacions en diversos formats); i la competència social i ciutadana (participació, responsabilitat, presa de decisions i capacitat dialògica en el treball en equip); sense detriment que puguin desenvolupar-se altres competències.

Aquí presentem un possible enfocament de les activitats o tasques del projecte de recerca a partir de la creació d'un pla d'empresa i del foment de les habilitats emprenedores: **Aprendre a emprendre**¹. L'objectiu principal és que l'alumnat, per grups, sigui capaç de desenvolupar un projecte empresarial i de comunicar-lo en llengua anglesa (o en una altra llengua estrangera), tot fent ús de les tecnologies de la informació (TIC) i els mitjans audiovisuals (MAV). Es tracta d'una proposta de caire transversal, destinada a tot l'alumnat, independentment de la seva orientació futura. Més enllà del foment de l'emprenedoria, el projecte també persegueix objectius d'identificació i millora de les capacitats personals i de treball en equip que poden ser integrats en la resta de matèries curriculars, en la mesura que es treballin estratègies perquè l'alumnat desenvolupi les capacitats pròpies en el context de la resolució de situacions de la vida real. Atesa la seva interdisciplinarietat, pot ser implementat per professorat de diverses especialitats, que tingui una formació prèvia en el tema i un coneixement de l'anglès, amb la col·laboració dels diferents departaments didàctics. Les 35 hores de durada aproximada del projecte poden distribuir-se temporalment de forma extensiva al llarg del curs, tot i que es recomana que es faci concentrat en un període temporal més curt. Es pot associar a alguna de les matèries que cursa l'alumnat, comunes o optatives, o a d'altres programes del centre.

¹ Aquest projecte, sota el nom de *Programa Emprenedors*, s'ha implementat en diversos centres d'educació secundària des del curs 2007-08, amb l'assessorament de l'empresa Tech Sales Group i la supervisió del Servei d'Ordenació Curricular (Departament d'Educació).

1. Objectius i competències bàsiques

El projecte de recerca **Aprendre a emprendre** té com a objectiu desenvolupar en l'alumnat les capacitats següents:

[Competències bàsiques: competència comunicativa lingüística i audiovisual (1), competència artística i cultural (2), tractament de la informació i competència digital (3), competència matemàtica (4), competència d'aprendre a aprendre (5), competència d'autonomia i iniciativa personal (6), coneixement i interacció amb el món físic (7) i competència social i ciutadana (8)].

OBJECTIUS I COMPETÈNCIES ASSOCIADES	1	2	3	4	5	6	7	8
1. Identificar i desenvolupar les habilitats personals per afrontar amb garanties els reptes acadèmics i professionals futurs.					X	X		
2. Adquirir les capacitats analítiques per visionar elements clau de situacions concretes a partir de l'estudi de casos.					X			
3. Comunicar les opinions pròpies amb correcció i respecte cap als altres.	X				X	X		X
4. Mostrar receptivitat i assertivitat per compartir els objectius i continguts del treball amb els altres membres del grup.	X				X	X		X
5. Identificar i compartir les diferents competències de la persona emprenedora.					X	X		X
6. Aprendre i aplicar les tècniques de la comunicació verbal i no verbal per expressar-se amb fluïdesa durant les exposicions orals, tot dominant el vocabulari específic en anglès.	X	X	X		X			
7. Manifestar una actitud creativa i autònoma per gestionar la pròpia feina, així com de cooperació i responsabilitat en el treball en grup.					X	X		X
8. Usar les TIC i els MAV durant el procés de recerca, tractament de la informació, anàlisi i presentació final dels resultats.		X	X					
9. Valorar les condicions de viabilitat d'una empresa, a nivell socioeconòmic i de sostenibilitat mediambiental.				X			X	X
10. Analitzar els elements clau de què consta el pla d'empresa i l'estudi de mercat i prendre decisions en grup sobre l'estratègia de comunicació i imatge de l'empresa.		X	X					X

2. Continguts i connexions amb altres matèries

Els continguts del projecte de recerca **Aprendre a emprendre** s'estructuren en quatre blocs que tenen relació amb diverses matèries curriculars i amb la tutoria.

[Matèries relacionades: Tutoria i Educació èticocívica (1), Llengües i Segona llengua estrangera (2), Informàtica (3), Tecnologia (4), Ciències socials, geografia i història (5), Matemàtiques (6), Educació visual i plàstica (7), Música (8), Educació física (9), Biologia i geologia, Física i química (10).]

CONTINGUTS I CONNEXIONS AMB ALTRES MATÈRIES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Iniciativa personal i participació										
Identificació de les capacitats de la persona emprenedora i aplicació d'aquestes capacitats al projecte de recerca i a altres projectes personals.	X									
Utilització dels coneixements procedents de les diverses matèries escolars i extraescolars de forma integrada en la resolució dels diferents problemes plantejats.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Desenvolupament d'una actitud participativa i activa en el treball en equip, mostrant capacitat dialògica, assertiva i cooperativa.	X									
Desenvolupament i posada en pràctica de projectes propis, mostrant creativitat, originalitat, autonomia i capacitat per afrontar els problemes i reconduir les estratègies d'actuació.	X									
Competències comunicatives i ús de les TIC i els MAV										
Recerca i selecció d'informació en diverses llengües per mitjans convencionals i TIC, tot fent un ús responsable de la informació.		X	X	X						
Comunicació oral en anglès dels resultats de la recerca, amb un discurs estructurat i rigor formal, fent ús de les TIC i els MAV.		X	X	X			X	X		
Identificació de les estratègies de comunicació i imatge de l'empresa i elaboració d'algun anunci publicitari, de forma creativa, tot fent ús de les TIC i els MAV.		X	X				X	X		
Aplicació de les tècniques de la comunicació verbal i expressió corporal per a les exposicions en públic.		X							X	
Creació d'un projecte d'empresa										
Definició dels elements de què consta el pla d'empresa dins el model econòmic actual				X	X					
Desenvolupament de les estratègies necessàries per a la creació d'una empresa, tot descrivint els productes o serveis a desenvolupar.				X	X					
Definició del pla de marketing de l'empresa i identificació dels elements que condicionen				X	X	X				

ORIENTACIONS PER AL DESPLEGAMENT DEL CURRÍCULUM. APRENDRE A EMPRENDRE, UN EXEMPLE DE PROJECTE DE RECERCA

el model organitzatiu de l'empresa, en funció del producte o servei ofert.										
Detecció de les necessitats d'inversió per posar en marxa el projecte, així com dels recursos disponibles inicialment.						X				
Viabilitat d'un projecte d'empresa										
Identificació de l'oportunitat del negoci i la viabilitat d'un projecte.				X	X	X				
Assumpció dels valors de sostenibilitat, cura de l'entorn i consum responsable al món de l'empresa.	X			X	X					X
Reconeixement dels principis de funcionament i dels valors cívics de les societats democràtiques i aplicació a les diferents situacions plantejades.	X				X					

3. Criteris d'avaluació

- Manifestar una actitud creativa i autònoma en la resolució de les tasques, tot demostrant la capacitat de rectificar en el cas necessari i de cercar la qualitat i l'originalitat en les produccions pròpies.
- Planificar i temporitzar de manera rigorosa la feina d'acord amb els objectius plantejats, i afrontar els problemes generats durant el procés de recerca i tenir capacitat per reconduir les estratègies
- Valorar la viabilitat del pla d'empresa amb actitud realista, així com els aspectes relacionats amb la sostenibilitat mediambiental i els valors socials del negoci.
- Integrar-se i participar activament en el treball en grup, tot mostrant respecte i capacitat dialògica envers els companys i companyes, així com responsabilitat, constància i mètode en l'execució de les tasques encomanades, tot ajustant-se als terminis previstos.
- Reconèixer l'estructura organitzativa d'una empresa i les funcions que desenvolupa en el món econòmic i productiu.
- Seleccionar de forma correcta les fonts d'informació necessàries per desenvolupar el projecte, tot mostrant capacitat per accedir a fonts diversificades i contrastades, convencionals i TIC.
- Utilitzar correctament la terminologia específica en anglès durant el procés de comunicació oral dels resultats de la recerca.
- Presentar públicament els resultats de la recerca, tot emprant les TIC i els MAV, amb un discurs estructurat i amb rigor formal, on s'exposin les idees principals amb coherència, cohesió i capacitat de síntesi.

4. Orientacions metodològiques generals

1. Organització i gestió de l'aula

La base organitzativa del projecte és el treball en equip. Les decisions es prenen en el grup, on tothom hi participa, amb un cert nivell d'autonomia. Això no obstant, en determinades situacions, el grup pot tenir un portaveu, que mai serà la mateixa persona. S'ha de vetllar perquè els membres del grup adoptin una actitud participativa, oberta i respectuosa; i fomentar la cooperació i la responsabilitat quan s'hagin de dividir les tasques. També cal promoure contextos d'intercanvi entre els diferents grups d'alumnes, reals i virtuals, perquè tothom aprengui dels altres. En determinades sessions, caldrà preveure un ús flexible dels espais i temps escolars ja que, en funció dels continguts que es treballin, l'alumnat pot necessitar anar a una aula específica (biblioteca, aula d'idiomes, aula d'informàtica, etc.), o bé fer una recerca de camp fora de l'institut. El paper del professor/a al llarg de les sessions es pot comparar al d'un entrenador/a (usant la paraula anglesa, *coach*) que acompanya el grup d'alumnes per aconseguir els seus objectius, motivar-se per superar obstacles i tirar endavant, però sense intervenir directament en les decisions que prengui el grup, perquè es busca el màxim nivell d'autonomia, ja que l'alumnat parteix d'uns protocols bàsics que deixen un ampli marge de maniobra. Cal fer emergir el talent individual i col·lectiu, que sovint no aflora en les situacions escolars quotidianes i cal estimular les habilitats socials, l'intercanvi de coneixements, el treball cooperatiu, la resolució dialogada dels conflictes interpersonals, la capacitat d'empatia i la pràctica sistemàtica del debat, amb tot el que implica (saber escoltar, exposar i argumentar les idees pròpies, i restar obert a les dels altres) i la posada en comú dels coneixements. A aquests elements actitudinals, cal sumar eines metodològiques específiques per ajudar l'alumnat a planificar i gestionar les accions (*brainstorming*, DAFO, diagrama de Gantt, etc.).

2. Habilitats comunicatives bàsiques

En les diverses sessions es treballaran les habilitats comunicatives, ja que els grups, per tal d'habituar-se a parlar en públic, han d'exposar públicament part del procés de recerca, al menys un cop en cada bloc de sessions. Per tant, contínuament es treballarà l'exposició oral; les estratègies per captar l'atenció de l'audiència; la comunicació no verbal; la presentació personal; la capacitat de comunicar les idees de manera amena, sintètica, atractiva i original per tal de convèncer els altres; la fluïdesa i expressivitat en les interaccions orals; la gestió i control del temps; la necessitat de l'assaig previ, etc. El treball de les habilitats comunicatives també té lloc en el si del grup cooperatiu, ja que l'alumnat ha de verbalitzar i contrastar idees amb els companys i companyes i ha d'arribar a acords per comunicar després els continguts de forma unitària i consensuada.

3. Ús de la llengua estrangera

Els materials d'aula han de ser majoritàriament en anglès (o bé, en una altra llengua estrangera) i s'ha de procurar que en determinades interaccions orals (en grup i parelles), l'alumnat utilitzi l'anglès, ja que l'objectiu final és que sigui capaç de comunicar els continguts del seu projecte en aquesta llengua. Hi ha moments per treballar coneixements específics de la llengua, com estratègies comunicatives (ús de connectors per fer llistats, ús de comodins per superar les pauses i interrupcions en la llengua oral, ús de mots emfàtics, etc.) i estructures per produir textos orals o escrits a partir de models de textos expositius. La lectura, audició i visionat de certes

produccions pot ser un suport per aquest treball específic de la llengua estrangera. També cal promoure l'autocorrecció i l'autoavaluació de les produccions orals i escrites de cada grup d'alumnes a partir de la consulta de correctors i diccionaris convencionals i en línia.

4. Orientacions sobre l'avaluació

És indispensable que el professorat utilitzi diferents instruments per registrar l'evolució del treball individual i grupal, necessaris per a l'avaluació sumativa. Caldrà fer constar les observacions de cada sessió, les qualificacions de determinats materials que lliurin els alumnes al llarg del procés o altres proves específiques, i qualsevol altre registre que permeti valorar l'actitud emprenedora de l'alumne/a, així com la seva implicació en el grup. Cal recordar que s'avalua tant el procés com el producte final, a més del domini de la llengua estrangera i de les TIC, i també que molts dels aspectes a valorar són actitudinals i procedimentals. No s'ha de perdre de vista la funció orientadora de l'avaluació: en tractar-se d'un procés, cal destinar un temps, en cada bloc de sessions, perquè cada alumne/a i grup d'alumnat tingui informació del seu progrés en relació amb la situació inicial i adquireixi les estratègies apropiades per reconduir si escau els seu procés d'aprenentatge. Aquest progrés pot concretar-se en un dossier individual que l'alumnat hagi de lliurar en finalitzar el projecte. Les activitats d'autoavaluació i coavaluació, així com la posada en comú de materials dubtes i reflexions en espais virtuals compartits, com els blocs, també són eines al servei d'aquesta funció formativa de l'avaluació. Els criteris d'avaluació recullen tots aquests aspectes i, a més, es proposen models de registre d'ítems d'observació per a l'avaluació sumativa (vegeu taules 1 i 2 de l'apartat 6) i final (vegeu taula 3 de l'apartat 6).

5. Ús de les TIC i els MAV

L'ús de les TIC i els MAV té lloc al llarg del procés, en la cerca i tractament de la informació, en l'ús d'espais virtuals per aprendre i per compartir el coneixement, en la comunicació oral i escrita dels resultats, etc. Cal assegurar el domini i l'accés des del propi centre als programes i maquinari bàsics per gestionar dades del treball de camp, per registrar i editar documents textuais, visuals i sonors i per fer pàgines web, i als entorns virtuals per aprendre i compartir coneixements. No es pot demanar a l'alumnat que domini programes que no té a l'abast al propi centre. En cas que l'alumnat utilitzi altres programes i eines, caldrà vetllar perquè siguin tècnicament compatibles amb els existents al centre. També cal vetllar perquè l'alumnat utilitzi imatges, sons i textos d'elaboració pròpia i, en cas que n'usi d'aliens, que els adapti sense fer una còpia literal, que referencii les fonts i que utilitzi aquells que tenen llicència *commons*.

6. Activitats complementàries

Poden programar-se activitats complementàries, com la visita a una empresa o entitat promotora de l'emprenedoria o la invitació d'una persona emprenedora que expliqui la seva experiència personal (podria ser algun ex-alumne/a o familiar de l'alumnat). En algunes ocasions, els projectes d'empresa d'algun grup d'alumnes, especialment quan es tracta de l'oferta d'un determinat servei, poden fins i tot posar-se en pràctica, o bé trobar una concreció i una ampliació en els futurs estudis i activitats de l'alumnat.

5. Desenvolupament de les sessions (per blocs de 3-6 sessions)

1. Primer bloc: Fem aflorar el talent i compartim iniciatives

En la primera sessió, el professor/a comunica els objectius, continguts i criteris d'avaluació del projecte i informa de la metodologia de les classes, així com del procés de treball i la temporització. Es pot fer una activitat inicial tipus test per saber quins coneixements previs té sobre el món de l'empresa, quina imatge té l'alumnat de l'empresari/empresària i quins valors i qualitats personals i socials associa a la persona emprenedora (iniciativa, creativitat, assumpció de riscos, lideratge, talent, perseverança, autoexigència, compromís, capacitat de gestió, cooperació...). Si bé, de forma habitual, l'alumnat es coneix entre sí, és interessant plantejar alguna activitat inicial de dinàmica de grup, on pugui haver un espai de presentació personal de cada alumne/a i dels seus interessos, en vistes a constituir els grups.

En aquestes primeres sessions, cal començar a introduir alguns conceptes, com els camps d'actuació d'una companyia (les vendes, el marketing, les finances, la producció, els recursos humans) i l'estructura organitzativa de l'empresa, a partir de l'estudi de casos reals.

Es recomanable fer grups heterogenis i deixar que l'alumnat constitueixi els grups per afinitats però, en general, caldrà introduir certs ajustaments per evitar descompensacions entre els grups. També es pot optar per constituir els grups per coincidència d'interessos, després que cada persona hagi manifestat els temes que més l'interessa desenvolupar. Això es pot aconseguir després de fer la següent activitat: en la segona sessió cada alumne/a aporta una idea de projecte (producte o servei) i l'ha de presentar breument. La resta de companys/es han de votar la idea més interessant. Les més votades poden ser el germen de cada un dels grups i els alumnes s'hi hauran d'apuntar en funció dels seus interessos i afinitats, vetllant perquè els grups quedin compensats (entre 3 i 5 persones aproximadament).

2. Segon bloc: Iniciem el projecte d'empresa

Un cop constituïts els grups, cal que es triïn o es recondueixen els projectes triats i que cada grup treballi durant les sessions el seu projecte d'empresa. Per tant, cal partir del supòsit d'una empresa que, amb un pressupost de 20.000€, fa un producte o ofereix un servei. Caldrà explicar alguns conceptes previs:

- producte o servei ofert (què és?)
- objectius (satisfer les necessitats de qui?)
- procés de creació del producte o servei (com es fa?)
- marca comercial (nom, imatge...)
- dimensió (local, nacional, internacional...)
- *target* (a quin sector de públic potencial està dirigit?)
- recursos (quina inversió es necessita, quins recursos humans?)

Caldrà seguir un guió per dissenyar els grans apartats del Pla d'empresa:

- Definició del producte o servei, segons les necessitats del client objectiu (utilitat, avantatges...).
- Cartera de productes o serveis: determinar el nombre i la forma d'agrupar-los, d'acord amb la seva homogeneïtat i el seu grau de complementarietat.

- Diferenciació del producte: determinar una sèrie de característiques que converteixen el producte o servei en alguna cosa única i diferent per al públic potencial.
- Marca comercial: les marques, models i envasos permeten identificar els productes i serveis i diferenciar-los dels de la competència. Són fonamentals a l'hora de crear una imatge determinada de l'empresa. Quan es tracta de l'oferta de serveis, la marca és l'única eina inicial d'identificació; per això, la seva importància és més gran.
- Desenvolupament de serveis relacionats: inclou serveis com la instal·lació del producte, el manteniment, la garantia i el finançament.
- Cost i beneficis: determinar el cost del producte o servei, el preu de venda i els beneficis: quantes unitats es venen; quin és el marge comercial; quina és l'oferta inicial de sortida, etc.
- Constitució formal de l'empresa: forma jurídica.
- Recursos humans, tècnics i econòmics.
- Logística: emplaçament i comerç (amb quin personal ha de comptar l'empresa i a quines feines es dediquen, on i com es ven el producte, fins on arriba, si hi ha comerç electrònic, etc.).
- Contacte i comunicació: com i on es preveu fer publicitat del producte.

Després de treballar aquests àmbits, els grups estan preparats per fer una primera presentació breu de la seva empresa i de les característiques del producte o servei als seus companys/es. És interessant que després es pugui suscitar un debat sobre la viabilitat de cada proposta, que permeti a l'alumnat reflexionar i reconduir el projecte d'empresa, però, en principi, aquesta primera presentació conté els elements essencials que després els alumnes aniran desenvolupant en els blocs següents, quan es vagi acotant el Pla de marketing de l'empresa.

3. Tercer bloc: Hi ha mercat per a la nostra idea?

En aquesta fase del projecte, cal fer un estudi de mercat per tal de valorar la viabilitat del projecte i reconduir-lo, si escau. Cal treballar prèviament el "Test de la idea" per avaluar el grau de demanda i si disposem dels recursos necessaris per engegar el negoci i fer-lo sostenible. Algunes qüestions plantejades al "Test de la idea":

- El producte i/o servei ofert tenen possible comprador? A quin preu?
- És més gran el preu que pot pagar-se pel producte o servei que el que costa produir-lo?
- La idea de negoci s'adapta al que el mercat necessita?
- Aquest producte és més avantatjós que el de la competència?
- Es coneix suficientment el segment de mercat a què va dirigida l'empresa?
- Es compta amb els mitjans financers suficients (o es té possibilitats d'aconseguir-los) per tirar endavant el projecte?
- Es té algun tipus d'experiència prèvia en el sector?
- S'han definit els clients potencials? Es té clara vocació d'orientació cap al client?
- S'ha realitzat un esquema de l'estructura organitzativa de l'empresa? S'ha analitzat si és l'estructura adequada per sortir-se? S'han identificat clarament els perfils i les competències de les persones que participin en l'organització?
- Es té coneixement sobre on trobar assessorament d'aquells temes que l'empresa desconeix?
- Es posseeix capacitat per planificar els objectius o el pla de treball de l'empresa i de mesurar-ne els resultats?
- Es té prou flexibilitat per fer els ajustaments que el mercat exigeix o prou capacitat d'anticipació?

- Quin és el grau de compromís amb el projecte de negoci? S'està disposat a posar-hi temps, esforç i dedicació?

En respondre aquestes qüestions, l'alumnat ha de justificar els punts forts de la seva idea de negoci i com fa front als possibles punts febles. Els estudis de mercat poden ajudar l'alumnat a justificar la necessitat de la seva oferta. Cal tenir clar què es vol analitzar (comportaments, costums, hàbits de consum...), com i a on; és a dir, fer hipòtesis inicials o formular-se preguntes sobre les variables en què es pensa incidir i dissenyar en conseqüència les metodologies de recerca. Poden consistir en enquestes, entrevistes, mostres, sobre les quals es puguin extreure dades objectives (taules estadístiques, gràfics, esquemes, etc.), algunes de les quals es poden incorporar a les presentacions finals per convèncer l'audiència de la viabilitat del negoci. En aquest punt, cal fer valorar a l'alumnat aspectes relacionats amb la sostenibilitat mediambiental i els valors socials del negoci proposat. En acabar aquesta fase del procés, cal disposar de la definició i concreció d'aspectes com: les característiques finals del producte o servei, el preu, l'emplaçament de l'empresa, el pla d'inversions, l'organització empresarial, el rol de cada component, l'estatus legal de l'empresa, els canals de distribució directes o indirectes, etc. Pot dedicar-se novament una sessió de presentació breu dels projectes, per part dels grups d'alumnes.

4. Quart bloc: La marca d'identitat

En aquesta fase del procés, cal definir la marca o imatge comercial, que inclou el logotip de l'empresa, la marca i l'envàs del producte, si escau, o la presentació del servei, un aspecte molt lligat a la promoció del producte i a la seva identificació i diferenciació en relació amb la competència. Al costat d'això, cal treballar l'estratègia comunicativa o publicitària de l'empresa, que s'ha de presentar a través del disseny i elaboració d'un anunci publicitari (anunci a la premsa escrita, una falca radiofònica, un spot televisiu, un video-clip de presentació de l'empresa, un tríptic o *flyer* corporatiu, etc.), que els grups d'alumnes han de crear i presentar als companys. També cal dissenyar una pàgina web i, si és factible, elaborar-la.

Al llarg d'aquestes sessions, cal reflexionar sobre el paper de la publicitat en la societat de consum i valorar críticament el seu impacte, així com analitzar diferents anuncis, tot avaluant els aspectes lingüístics i formals: la capacitat de captar l'atenció de l'espectador, la idea de venda subjacent, la claredat del missatge, l'originalitat i creativitat, així com la integració de la marca en la idea central del producte, elements que també s'han de tenir en compte en dissenyar la pròpia estratègia comunicativa de l'empresa. Cal treballar, també, els límits ètics de la publicitat i evitar els estereotips de gènere en els dissenys publicitaris de l'alumnat.

5. Cinquè bloc: Presentacions finals

En el darrer bloc del projecte, caldrà dedicar un temps a assajar l'esquema de les presentacions orals, si pot ser a l'escenari real on tindran lloc, i verificar el funcionament correcte de tots els equips tècnics. En els assaigs, els companys/es han de fer de crítics de la feina dels seus companys, plantejar qüestions que no quedin clares en l'exposició i suggerir alternatives. Es pot optar, de tota manera, a què els grups mantinguin la sorpresa sobre algun aspecte de l'exposició final.

Les exposicions orals s'han de plantejar com si cada grup/empresa fes una presentació per a futurs promotors o inversors. Cal, doncs, posar èmfasi en la presentació personal i en la capacitat de comunicar les idees, de manera amena, sintètica, atractiva i original, per convèncer els altres. Cal que els membres del grup

s'hagin repartit bé els rols al llarg de la presentació, perquè es vegi fluïdesa i no hi hagi pauses enutjoses. Es pot incloure el repartiment als assistents d'alguna tarja de visita o *flyer* de l'empresa, o bé d'algun altre petit present, per condicionar favorablement l'audiència. Cada presentació ha de tenir una durada de 10-15 minuts. Es poden incloure preguntes dels assistents o de l'equip avaluador.

És interessant convidar a assistir a la presentació a diversos representants del professorat, consell escolar, equip directiu i altres alumnes del centre o famílies. Pot ser una bona idea convidar als grups d'alumnes de 3r d'ESO que el curs vinent participaran en l'experiència. Cal assegurar un bon comportament del grup per al correcte desenvolupament de les sessions: se'ls ha d'exigir respecte i silenci durant les exposicions orals i se'ls pot convidar a aplaudir a l'acabament. Es pot plantejar que un alumne/a, o un professor/a, faci de presentador/a dels grups i així agiliti la sessió de presentacions. Cal trobar una sala suficientment espaiosa i equipada tecnològicament (la sala d'actes del centre, per exemple), que permeti que el públic estigui assegut. Si l'acústica de la sala no és l'adequada, cal utilitzar micròfon. És important tenir cura d'aquesta cerimònia, per augmentar la motivació de l'alumnat i el seu desig de participar-hi. En aquest sentit, es pot incloure el lliurament d'un diploma a cada membre dels grups, o bé participar en algun concurs o trobada de treballs escolars.

El professorat anirà prenent nota de les exposicions orals, tant a nivell individual com col·lectiu. Després de la presentació, cada grup d'alumnes lliurarà el material (dossier, audiovisual, etc.) de l'experiència, que també servirà per avaluar-lo. Aquest dossier pot anar acompanyat d'un dossier personal de cada alumne/a, que permeti copsar la seva evolució personal. Cal recordar que la nota final és individual (vegeu taula 3 de l'apartat 6). És important dedicar un temps, després de les presentacions, a fer una valoració del projecte amb l'alumnat, per tal de millorar-lo si escau en els aspectes que hagin resultat més febles (vegeu taula 4 de l'apartat 6).

6. Models de registres d'avaluació

TAULA 1. REGISTRE D'OBSERVACIÓ DEL GRUP

ÍTEMS D'OBSERVACIÓ	Núm. sessió									
1. Facilitat amb què es reparteixen les tasques.										
2. Nivell d'autonomia respecte al professorat.										
3. Nivell de cooperació i diàleg dins el grup.										
4. Nivell de treball (versus distracció).										
5. Capacitat de planificar i temporitzar la feina.										
6. Compliment dels terminis en l'execució de les tasques.										

TAULA 2. REGISTRE D'OBSERVACIÓ INDIVIDUAL

ÍTEMS D'OBSERVACIÓ	Núm. sessió									
1. Facilitat i rapidesa de comprensió general de les tasques.										
2. Implicació en el treball de grup.										
3. Capacitat dialògica i respecte envers les intervencions dels altres.										
4. Aportacions d'interès per als altres.										
5. Responsabilitat i compromís en les tasques individuals assignades.										
6. Creativitat i autonomia en l'accés a fonts d'informació i tecnologies.										

TAULA 3. ÍTEMS D'AVALUACIÓ FINAL INDIVIDUAL

CRITERIS D'AVALUACIÓ		Gens	Poc	Bastant	Molt	Nota
Nom de l'alumne/a:						
Actitud individual i de relació amb el grup (d'acord amb els registres d'observació)						
1	L'alumne/a manifesta una actitud creativa i autònoma en la resolució de les tasques.					
2	L'alumne/a planifica rigorosament les tasques i té capacitat de previsió i reconducció d'estratègies.					
3	L'alumne/a participa i coopera amb el grup i fa aportacions d'interès.					
Procés de realització i qualitat del projecte (d'acord amb els registres d'observació i la presentació final)						
4	El pla d'empresa conté els apartats bàsics i té una concreció suficient.					
5	El pla d'empresa té prou qualitat, novetat i viabilitat.					
6	L'alumne/a ha accedit a fonts d'informació diverses i ha fet un ús correcte dels mitjans tecnològics.					
7	L'alumne/a ha mostrat responsabilitat envers el grup i ha lliurat les feines en els terminis establerts.					
Comunicació dels resultats (presentació final)						
8	L'alumne/a demostra habilitats per parlar en públic i fer un discurs coherent i sintètic.					
9	L'ús de la llengua estrangera en situacions comunicatives és correcte i fluid.					
10	En la presentació oral, l'ús de les TIC i els MAV és correcte i original.					
Nota final						

TAULA 4. VALORACIÓ DE L'ALUMNAT

Al llarg d'aquest projecte he après a / he millorat l'aprenentatge de:	Gens	Poc	Bastant	Molt	Observacions
1. Treballar en equip.					
2. Aportar elements propis al grup i aprendre dels altres.					
3. Millorar la capacitat de parlar en públic.					
4. Conèixer el meu talent i les meves capacitats personals.					
5. Organitzar el treball de manera autònoma.					
6. Millorar la capacitat comunicativa en llengua estrangera.					
7. Cercar informació i gestionar-la.					
8. Usar les TIC i els mitjans audiovisuals.					
9. Conèixer el món de l'empresa.					
10. Altres:					

Recursos complementaris

http://www.xtec.cat/cirel/pla_le/nottingham/rosa_domingo/index.htm

Llicència d'estudis de Rosa Domingo Calpe, titulada *Starting a business*, presentada en la convocatòria 2008-09. S'hi poden trobar materials i recursos d'aula per a l'alumnat de 4rt d'ESO i el professorat, per treballar l'emprenedoria en el marc dels projectes CLIL en llengua anglesa. Llengua: anglès i català.

<http://cobranded.emprenedorxxi.es/cat/home.asp>

Programa "EmprenedorXXI" per apropar la creació de l'empresa al món universitari. Encara que estigui adreçat a estudiants universitaris, conté materials i recursos que, amb una adaptació, poden ser útils per treballar l'emprenedoria a l'ESO. Llengua: català.

<http://www.barcelonanetactiva.com/barcelonanetactiva/cat/>

Espai de Barcelona Activa (Agència de Desenvolupament Local de l'Ajuntament de Barcelona), que ofereix formació i serveis als emprenedors que comencen o es consoliden. Conté algunes aplicacions on line que, encara que estan dirigides al món real de l'emprenedoria, poden usar-se com a simulacions. Llengua: català.

<http://www.gencat.cat/treball/ambits/autoocupacio/index.html>

Espai del Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya dirigit a la persona que vol iniciar un negoci (INICIA). Encara que estigui adreçat al món real de l'emprenedoria, conté informacions, recursos, aplicatius i documents audiovisuals que poden ser d'interès. És interessant el banc de casos, amb exemples reals de negocis. Llengua: català.

<http://www.valnaloneduca.com/>

Espai de l'empresa Ciudad Tecnológica Valnalón (Astúries), on es poden trobar informacions, reflexions i recursos sobre la cultura emprenedora, dirigits a la comunitat educativa (alumnat, professorat i famílies). Llengua: castellà.

<http://www.aprenderaemprender.net/>

Espai del Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra, amb l'objectiu d'impulsar la innovació, la ciència, la tecnologia i l'emprenedoria al món educatiu. Es poden trobar recursos i informacions. Llengua: castellà.