

2.1.6 PLANES Y PROGRAMAS DESARROLLADOS EN EL CENTRO

PROYECTO ERASMUS

A continuación, se expone un extracto del proyecto Erasmus. Dada su extensión, únicamente incluimos los aspectos relacionados con el Proyecto educativo, en particular, lo que afecta a las programaciones didácticas de los departamentos implicados.

ACTIVIDADES PREVISTAS

1. ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA CREACIÓN DE EMPRESA VIRTUAL

[Comunes para todos los socios. Estas actividades deberían realizarse previamente a las movilidades, referidas al producto/servicio que cada centro escoja para promocionar].

1.1 CREACIÓN DE UNA EMPRESA

1.1.1. FASE DE SENSIBILIZACIÓN

- Charlas de motivación de empresarios de la zona.
- Proyección de vídeos de emprendedores de éxito.
- Visita a empresas emprendedoras del entorno próximo con éxito comercial y/o proyección internacional
- Asistencia a talleres de desarrollo de habilidades emprendedoras: Autonomía, Liderazgo, Creatividad e Innovación.
- Charla técnica sobre trámites y ayudas para jóvenes emprendedores.
- Asesoramiento profesional en la elaboración del plan de empresa.

1.1.2. FASE DE CREACIÓN DE LA EMPRESA

- Crear la imagen corporativa:
 - Nombre (*Naming* o identidad verbal)
 - Logotipo (símbolo gráfico), icono, o música o imagen...
 - Diseño de papelería corporativa
 - Membrete (nombre o título de una persona o corporación, estampado en la parte superior del papel de escribir).
 - Marca del producto (*Branding*).
- Crear el diseño industrial del producto:
 - Etiquetado
 - Envase
 - Cajas de transporte...
- Crear los departamentos encargados de cada función empresarial (recursos humanos, control y calidad, márketing, comercialización y distribución *et alii*) y designar a los responsables que mejor se aproximen al perfil.
- Crear los fines y objetivos empresariales de acuerdo

- Fines y objetivos.
- Filosofía y valores (de empresa, de producción, de distribución, de ventas...), acordes con los *principios y valores de la responsabilidad social corporativa*, a través de la toma de decisiones que impliquen el sostenimiento social y ambiental (por ejemplo, comercio justo, salarios justos, colaboración con entidades sociales u ONG, contratación de personas desfavorecidas, discapacitadas, migrantes o minorías étnicas...)
- Cada país socio/empresa ficticia, deberá responder con esta ficha técnica:

1. INTRODUCCIÓN: presentación de la empresa y del producto / servicio que se va a comercializar /distribuir.
2. NOMBRE de la empresa
3. DATOS GENERALES.
4. CLASIFICACIÓN: tipo de empresa, sector, ámbito...
5. OBJETIVOS organizacionales / fines...
6. RECURSOS con los que cuenta
7. ORGANIGRAMA: áreas o departamentos / funciones / personas responsables.

[En nuestro centro hemos intentado adaptar los respectivos departamentos didácticos a cada uno de los departamentos empresariales, de forma que cada profesor sepa qué actividades debe realizar, tal como figura en el apartado 1.2.).

1.1.3. FASE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL DEL PRODUCTO.

- Realizar estudios de mercado y de análisis de los hábitos de consumo e idiosincrasia del país destinatario.
- Dar a conocer el producto / persuadir a consumidores por medios masivos (folleto, regalos, muestras...)
- Posicionar la empresa y el producto: promoción por medio de actuaciones publicitarias directas (vídeo promocional, cuña radiofónica o anuncio publicitario impreso) o a través de las redes sociales.

1.2. ACTIVIDADES DE PUESTA EN MARCHA DE LA EMPRESA Y RELACIONES CON EL RESTO DE SOCIOS

[Este bloque de actividades debe ser diseñado por cada país socio porque se centra en actividades referidas al producto concreto con el que se va a trabajar. Como se comentó en el apartado 1.1.3, el hecho de organizarlas como las áreas de una empresa es una opción personal de nuestro centro, porque así resulta más fácil distribuir las tareas entre los profesores participantes. En cualquier caso, cada centro deberá proponer las suyas].

DEPARTAMENTOS DIDÁCTICOS	DEPARTAMENTOS EMPRESARIALES / COMPETENCIAS PROFESIONALES
DEP. ORIENTACIÓN	DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS (ÁREA DE FORMACIÓN): <ul style="list-style-type: none"> ▪ Programa de orientación académica y profesional (Plan de acción tutorial). ▪ Organigrama de las profesiones relacionadas con la comercialización del aceite de oliva.
DEP. LENGUA	DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS (ÁREA DE SELECCIÓN DE PERSONAL) <ul style="list-style-type: none"> ▪ La entrevista personal, el currículum vitae y la carta de presentación. ▪ La carta administrativa, el correo electrónico, el foro. DEPARTAMENTO COMERCIAL. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Anuncio publicitario impreso. Folleto informativo del producto. Recetas con aceite de oliva. ▪ Cuña publicitaria sobre el producto ▪ Reseña en prensa local y regional sobre los aspectos o eventos más significativos del programa. ▪ Información sobre las movilidades en pág. Web del centro. ▪ Recepción de visitantes y organización de los viajes. ▪ Realización de un diccionario de términos básicos de comunicación en español (1er año). ▪ Exposición sobre la cultura relacionada con el aceite de oliva (2º Año).

DEP.INGLÉS	<p>DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN RELACIONES INTERNACIONALES:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Realización de un “Etwinning All Year Round” where all the students would have an space to get to know one another and share their working and travel experiences ▪ Uploading the files to the etwinning platform ▪ Decálogo de acogida para estudiantes extranjeros ▪ Personal Interview ▪ Video about the production of olive oil (3rd Year Students) ▪ Presentation of the different countries in English for the European Day of Languages by all the classes (October) ▪ Sending of Postcards for Christmas Holidays (December) ▪ Celebration of the National Days of each country (1st year) ▪ Logo Contest (September 1st Year) ▪ ErasmusVision (2nd Year) ▪ Interview to an entrepreneur (2nd term) ▪ Photo Family Gallery at etwinning for all the exchanges ▪ Video about Iznájar (4th year students, 1st year) ▪ Radio Programme to interview the visitors (4th year students, 2nd Year) ▪ Articles in English about the different events organized in the school and at the other schools to publish on the website and in etwinning ▪ Drawing of a dictionary of basic communication terms in English ▪ Celebration of the Day of Europe doing a Knowledge competition about all the countries involved in the exchange from the point of view of all the subjects: P.E., Science, History, Music, Art, Maths, Biology, Chemistry, Technology
DEP. FRANCÉS	<p>DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN RELACIONES INTERNACIONALES</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Flujos de comunicación interna y externa: cartas / correo electrónico, con compañeros socios ▪ Folleto informativo del producto. ▪ Recetas con aceite de oliva.
DEP. TECNOLOGÍA	<p>DEPARTAMENTO DE CALIDAD (ÁREA DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Análisis del proceso de elaboración del producto de cada país: presentación/mural ▪ Coordinación de investigación y desarrollo: construcción de los envases, cajas para transportar el producto... (maquetas). ▪ Creación de espacios de difusión: blog, redes sociales y foros. ▪ Comercialización del aceite de oliva. ▪ Aprovechamiento energético de los residuos del olivar: cogeneración de energía eléctrica. ▪ Sostenibilidad e impacto medioambiental. ▪ Residuos de la producción de aceite de oliva: alpechín y orujo. ▪ Explotación ecológica del olivar. Visita a una finca de olivos ecológicos.
DEP. CIENCIAS NATURALES	<p>DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Producción del aceite de oliva virgen <ul style="list-style-type: none"> ○ Conocer el procedimiento tradicional de prensado y decantación para obtención de aceite de oliva virgen. Visita a un molino de aceite tradicional de la localidad. ○ Conocer el sistema actual de molienda y centrifugación. Vista a la cooperativa olivarera de Iznájar. ○ Producción del aceite puro de oliva y refinado del aceite: ▪ Conocer las distintas calidades de aceites de oliva comestibles: virgen, puro, refinado. <ul style="list-style-type: none"> ○ Conocer el procedimiento de extracción con disolventes a partir de orujo. ○ Conociendo el aceite. ○ Análisis del rendimiento de la aceituna. Análisis de aceites: acidez. ▪ Aceite de oliva en la dieta mediterránea. Aceite y salud.
DEP. CIENCIAS SOCIALES	<p>DEPARTAMENTO DE FINANZAS (ÁREA DE ADMINISTRACIÓN)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Los sectores productivos. Técnicas de márketing comercial. ▪ Elaboración de gráficos sobre productividad ▪ Estudio del producto: viabilidad comercial, que se acoja a los principios de la producción sostenible, canales de distribución.

DEP. MATEMÁTICAS	DEPARTAMENTO DE FINANZAS (ÁREA DE CONTABILIDAD) <ul style="list-style-type: none"> Facturación y presupuesto: Datos estadísticos sobre la producción. Contabilidad: salarios justos, impuestos y desgravaciones empresariales.
DEP. EDUCACIÓN FÍSICA	DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD E HIGIENE LABORALES Y PREVENCIÓN DE RIESGOS <ul style="list-style-type: none"> Elaboración de póster (herramienta informática): Principios ergonómicos de los estudiantes / Decálogo buenos hábitos posturales.
DEP. MÚSICA	DEPARTAMENTO DE MÁRQUETÍN (ÁREA DE PUBLICIDAD). <ul style="list-style-type: none"> Acompañamiento musical de los vídeos promocionales Creation of a street band to accompany our visitors in their visit to Spain.
DEP. EDUCACIÓN PLÁSTICA Y AUDIOVISUAL	DEPARTAMENTO DE MÁRQUETÍN (ÁREA DE PUBLICIDAD). <ul style="list-style-type: none"> Diseño de la imagen corporativa de la empresa y del producto escogido (logos, etiquetas, diseño industrial de cajas...). Elaboración de vídeos promocionales.
DEP. ACTIVIDADES COMPLEM. Y EXTRAESCOLARES	DEPARTAMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS <ul style="list-style-type: none"> Coordinación de eventos: actividades de acogida, ocio y turismo de estudiantes extranjeros. Eventos culturales: recitales de música, poesía, cine, videoclip, exposición de pintura y fotografía Degustación gastronómica. Prensa y actividades de difusión y empoderamiento. Relaciones locales e internacionales: blog, redes sociales

2. PRODUCTOS FINALES QUE SE ELABORARÁN EN CADA MOVILIDAD.

MOVI-LIDADES	CONTENIDO	PRODUCTOS FINALES (elaborados entre todos los alumnos de los países socios y referidos a una empresa paneuropea)
1º.	Reunión inicial (sólo profesores) para organizar el programa.	<ul style="list-style-type: none"> CRONOGRAMA DE TAREAS Y AGENTES RESPONSABLES
2º.	PRESENTACIÓN <ol style="list-style-type: none"> De cada centro educativo, localidad, región y país. Presentación de los productos de cada socio 	<ul style="list-style-type: none"> Vídeoy/o presentación con diapositivas u otro medio tecnológico. Ídem.

	FERIA DE MUESTRAS ¹ DEL PRODUCTO 1 HÁBITOS DE CONSUMO DEL PRODUCTO 1 DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD	<ul style="list-style-type: none"> ▪ IMAGEN CORPORATIVA: nombre(<i>noming</i>), logotipo, icono, imagen, membrete, marca(<i>Branding</i>), etiqueta, envase, cajas de transporte o almacenaje... ▪ INFORME (o memorándum): Estudio de mercado: viabilidad de venta del producto ▪ ENCUESTA: una vez estudiado los hábitos de consumo del producto en el país de origen, preparar un formulario para realizar encuestas en los países socios acerca de dicho producto acerca de: <ul style="list-style-type: none"> • Preferencias y hábitos de consumo. • Tendencias del mercado. • Demanda del producto.
3º.	FERIA DE MUESTRAS DEL PRODUCTO 2 HÁBITOS DE CONSUMO DEL PRODUCTO DEPARTAMENTO PUBLICIDAD	CAMPAÑA DE PUBLICIDAD: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Folleto informativo de la empresa paneuropea (díptico o tríptico). ▪ Vídeo promocional. ▪ Anuncio publicitario impreso o cuña de radio. DIRECTORIO DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO (listado comentado de focos de distribución / puntos de venta)
4º.	FERIA DE MUESTRAS DEL PRODUCTO 3 HÁBITOS DE CONSUMO DEL PRODUCTO 3 DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Organigrama de la empresa ▪ Decálogo: principios y valores de la empresa. ▪ Carta de derechos y obligaciones de los trabajadores. ▪ Contrato. Carta de presentación. Currículum vitae. Entrevista personal.
5º.	FERIA DE MUESTRAS DEL PRODUCTO 4 HÁBITOS DE CONSUMO DEL PRODUCTO DEPARTAMENTO DE FINANZAS	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gráficos sobre productividad. ▪ Hoja de cálculo: salarios justos en relación con la productividad ▪ Hoja informativa: Obtención de fondos y suministros.
6º.	FERIA DE MUESTRAS DEL PRODUCTO 5 HÁBITOS DE CONSUMO DEL PRODUCTO DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN Y CALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Manifiesto sobre sostenibilidad e impacto medioambiental ▪ Debate: defensa de la producción ecológica ▪ Póster (herramienta informática): Principios ergonómicos de / buenos hábitos posturales. ▪ Blog / red social

APORTACIONES ÁREAS LINGÜÍSTICAS Y NO LINGÜÍSTICAS POR CURSO

¹Cada país debe dar a conocer el producto: historia, producción, comercialización, usos... Puede incluir exposiciones, visitas a empresas o lugares relacionados, degustación... Además, debe dar a conocer canales de distribución / comercialización.

DEPARTAMENTOS DIDÁCTICOS	DEPARTAMENTOS EMPRESARIALES / COMPETENCIAS PROFESIONALES	LENGUA			CURSO			
		ESP	ING	FRA	1º	2º	3º	4º
DEPARTAMENTO. ORIENTACIÓN	DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS (ÁREA DE FORMACIÓN)	X			X	X	X	X
	▪ Programa de orientación académica y profesional (Plan de acción tutorial): Cultura emprendedora.							
	▪ Habilidades de autoconocimiento (capacidades, valores, motivaciones e intereses) / opciones educativas y profesionales.	X					X	
	▪ Actuaciones para propiciar el contacto con el mundo laboral: procedimientos para el autoempleo y la creación de una empresa	X					X	X
	▪ Programa visitas/charlas a entidades públicas y privadas para que el alumnado conozca algunas cuestiones relacionadas con las tareas profesionales, la forma de acceso, la titulación requerida, cultura emprendedora...	X					X	X
DEP. LENGUA	DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS (ÁREA DE SELECCIÓN DE PERSONAL)	X						X
	▪ La entrevista personal, el currículum vitae y la carta de presentación.							
	▪ La carta administrativa, el correo electrónico, el foro.	X				X		
	DEPARTAMENTO COMERCIAL							
	▪ Recursos y procedimientos para conseguir textos publicitarios eficaces. La campaña publicitaria. Técnicas de posicionamiento de nuestro producto en el extranjero.	X						X
	▪ Las redes sociales. Anuncio publicitario impreso.	X						X
	▪ Estudios de mercado y viabilidad para introducir productos extranjeros. Principios de comercio justo.	X					X	
	▪ Elaboración de presentaciones para dar a conocer a los países socios nuestro producto: virtudes, ventajas, aplicación a la vida cotidiana...	X					X	
	▪ Folleto informativo del producto	X						X
	▪ Recetas con aceite de oliva.	X			X			
DEP.INGLÉS	DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN RELACIONES INTERNACIONALES		X				X	X
	▪ Flujos de comunicación interna y externa: videoconferencias con compañeros socios							
	▪ Gestión de documentación: subir a la plataforma los productos finales en inglés		X					
	▪ Difusión: Cuña radiofónica.		X			X		
	▪ Difusión: Programa de radio / televisión para difundir el proyecto, posicionar el producto.		X			X		
	▪ Decálogo de acogida para estudiantes extranjeros		X		X			

DEP. FRANCÉS	DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN RELACIONES INTERNACIONALES			X			X	X
	▪ Flujos de comunicación interna y externa: cartas / correo electrónico, con compañeros socios							
	▪ Folleto informativo del producto.			X				X
DEP. TECNOLOGÍA	▪ Recetas con aceite de oliva			X	X			X
	DEPARTAMENTO DE CALIDAD (ÁREA DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO)			X			X	
	▪ Análisis del proceso de elaboración y envasado del aceite de oliva: presentación/mural mecanización.							
	▪ Coordinación de investigación y desarrollo: construcción de los envases, cajas... (maquetas).			X		X		
	▪ Sostenibilidad: Producción integrada y sostenible del aceite de oliva. <i>Impacto medioambiental.</i> <input type="checkbox"/> Residuos de la producción de aceite de oliva: alpechín y orujo. <input type="checkbox"/> Explotación ecológica del olivar. Visita a una finca de olivos ecológicos.	X						X
▪ Aprovechamiento energético de los residuos del olivar: cogeneración de energía eléctrica.	X						X	
DEP. CIENCIAS NATURALES	DEPARTAMENTO DE CALIDAD (ÁREA DE LABORATORIO)	X	X					X
	▪ <i>Producción del aceite de oliva virgen.</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ Conocer el procedimiento tradicional de prensado y decantación para obtención de aceite de oliva virgen. Visita a un molino de aceite tradicional de la localidad. ○ Conocer el sistema actual de molienda y centrifugación. Vista a la cooperativa olivarera de Iznájar. 							
	▪ <i>Producción del aceite puro de oliva y refinado del aceite:</i> Conocer las distintas calidades de aceites de oliva comestibles: virgen, puro, refinado. Conocer el procedimiento de extracción con disolventes a partir de orujo.	X	X					X
	▪ <i>Conociendo el aceite.</i> Análisis del rendimiento de la aceituna. Análisis de aceites: acidez. Aceite de oliva en la dieta mediterránea. Aceite y salud.							
▪ Elaboración de jabón y otros cosméticos con aceite de oliva.	X	X					X	
DEP. CIENCIAS SOCIALES	DEPARTAMENTO DE FINANZAS (ÁREA DE ADMINISTRACIÓN)	X						X
	▪ Los sectores productivos. Técnicas de márketing comercial.							
	▪ Análisis de información económica / laboral en distintas fuentes: prensa, páginas web, textos diversos...	X				X		
	▪ Elaboración de gráficos sobre productividad de aceite de oliva (nivel local, provincial, nacional e internacional).	X						X
▪ Estudio del producto: viabilidad comercial, que se acoja a los principios de la producción sostenible, canales de distribución	X							X

