

**IES TEGUISE**

**PROGRAMACIONES DIDÁCTICAS**

**DEPARTAMENTO: ECONOMÍA**

**CURSO: 2010/2011**

**MATERIAS:**

❖ **Economía de la empresa. 2º bachillerato**

**ECONOMÍA DE LA EMPRESA( 2º de bachillerato)**

Introducción

Relación con las competencias generales del bachillerato

Objetivos

Secuenciación de los contenidos

Elementos curriculares

Objetivos

Contenidos: conceptos, procedimientos y actitudes

Criterios de evaluación

Desarrollo de las competencias

Temporalización

Criterios de evaluación

Estrategias metodológicas y didácticas

Atención a la diversidad

Actividades de evaluación

Criterios de calificación

Criterios de promoción

Estrategias de animación a la lectura

Recursos didácticos

# · ECONOMÍA DE LA EMPRESA

2º Bachillerato

## 1. INTRODUCCIÓN

El Decreto 187/2008, de 2 de septiembre, por el que se establece la ordenación del Bachillerato en la Comunidad Autónoma de Canarias (B.O.C. de 16 de septiembre), determina en su artículo 5 que dicha etapa se organiza en materias comunes, materias de modalidad y materias optativas siendo Economía de la empresa (ECN) asignatura correspondiente a la modalidad de humanidades y ciencias sociales impartida en 2º de bachillerato.

Tal y como establece el citado currículo las materias optativas contribuyen a completar la formación del alumnado profundizando en aspectos propios de la modalidad elegida o ampliando las perspectivas de la propia formación general.

La identificación y el análisis de los problemas económicos del entorno exigen comprender el funcionamiento de los procesos empresariales que en él se desarrollan y sus mecanismos de adaptación a los nuevos desafíos que se plantean. La sociedad actual está en constante transformación por la irrupción de las nuevas tecnologías en todos los ámbitos. A este proceso de cambio continuo no ha permanecido ajeno el sector productivo que en las últimas décadas se ha caracterizado por incorporar espacios empresariales más abiertos, competitivos y dinámicos, en los que se modifican constantemente los planteamientos tradicionales.

El objeto de estudio de esta materia es la empresa, que como grupo organizado, con objeto y finalidades diferenciadas, se constituye en el eje vertebrador de las sociedades modernas por su capacidad de generar empleo, riqueza y desarrollo económico y por su contribución a la satisfacción de necesidades mediante la producción de bienes y servicios. Esta dimensión social de la empresa ha de complementarse necesariamente con el estudio económico de las unidades empresariales como sistemas organizados que desarrollan objetivos y funciones fundamentales, en constante interacción con el entorno socioeconómico, institucional y jurídico en el que actúan, y del que reciben continuas exigencias de adaptación estratégica.

La presencia de esta materia en el segundo curso del Bachillerato de la modalidad de Humanidades y Ciencias Sociales obedece a diversas razones, entre las que destacamos las siguientes:

En primer lugar, la materia Economía de la empresa proporciona una formación empresarial básica, acorde con el carácter terminal del Bachillerato y caracterizada por ser continuación y especialización de los contenidos de la materia Economía. La profundización en el conocimiento de la realidad empresarial permite al alumnado desarrollar capacidades de análisis del entorno productivo, de evaluación de las variables que lo influyen, al tiempo que contribuye activamente a la formación de la madurez personal y social y al fomento de la actuación autónoma y responsable.

En segundo término, la materia proporciona a los alumnos y alumnas la necesaria formación para abordar futuros retos en etapas educativas superiores. Acercarse al conocimiento de la empresa y su gestión capacita para tomar decisiones sobre el futuro académico y profesional, y adquiere especial relevancia para el alumnado que prosiga su formación en determinados ciclos formativos de grado superior o en estudios universitarios.

En tercer lugar, el carácter orientador del Bachillerato exige conjugar las materias que se ofrecen en cada modalidad con las expectativas e intereses del alumnado en relación con las características y posibilidades existentes en los estudios posteriores y en la vida activa. Así, la materia Economía de la empresa contribuye a definir un itinerario formativo, de carácter económico-empresarial, identificable, singular y coherente para el alumnado que elija esta opción.

## DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA

**2. RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS GENERALES DE BACHILLERATO**

Las distintas materias del currículo de bachillerato contribuyen a desarrollar, por una parte, competencias de carácter común que profundizan en la madurez intelectual, social y humana y, por otra, competencias más específicas que van a permitir al alumnado incorporarse a la vida activa y desarrollar las habilidades necesarias para acceder a la educación superior.

- **COMPETENCIA COMUNICATIVA:** Se trabajará en todas y cada una de las UD's.
- **COMPETENCIA EN EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN Y COMPETENCIA DIGITAL.**
- **COMPETENCIA SOCIAL Y CIUDADANA**
- **COMPETENCIA EN INICIATIVA Y AUTONOMÍA PERSONAL:** A través de la iniciación al alumnado a la cultura emprendedora se favorecerá el desarrollo de una dimensión creativa al fomentar actitudes que le permitan ser personas capaces de resolver algunas situaciones presentes y futuras inciertas tanto en lo personal como en lo profesional.
- **COMPETENCIA EN INVESTIGACIÓN Y CIENCIA:** Especial hincapié se hace a través del reconocimiento de los objetivos de responsabilidad social de las empresas estudiando sus diferentes ámbitos poniendo especial interés en el medioambiente como elemento del entorno empresarial significativamente influido por la unidad productiva básica.

Todo ello relacionado, a su vez, con las competencias específicas propias que, como materia de modalidad deberán alcanzar los alumnos que cursen ECN . Esas competencias específicas son:

- **La competencia en gestión y organización** como la capacidad de planificar de forma adecuada un actividad empresarial, capacidad de tomar decisiones oportunas para alcanzar los objetivos propuestos.
- **Competencia en estrategia** . Capacidad para desarrollar actividades y procesos secuenciados y relacionados entre sí para conseguir de forma eficiente objetivos y fines empresariales.
- **Competencia en emprendeduría** Capacidad ésta íntimamente relacionada con la capacidad en autonomía e iniciativa personal. Supone desarrollar en el alumno la capacidad para identificar oportunidades de negocio y acceder a recursos suficientes y variados que permitan llevar a cabo un proyecto empresarial propio o de otras personas, gestionarlo con autonomía y capacidad para asumir riesgos

**3. OBJETIVOS GENERALES**

El desarrollo de esta materia ha de contribuir a que los alumnos y alumnas adquieran los siguientes objetivos expresados en términos de capacidades:

1. Identificar la naturaleza, funciones y principales características de los distintos tipos de empresas más representativos
2. Apreciar el papel de las empresas en la satisfacción de las necesidades de los consumidores en el aumento de la calidad de vida y en el bienestar de la sociedad, así como elaborar juicios o criterios personales sobre sus disfunciones.
3. Analizar la actividad económica de las empresas, en especial de las del entorno inmediato, a partir de la función específica de cada una de sus áreas organizativas, sus relaciones internas y su dependencia externa. Identificar los rasgos diferenciadores de la empresa canaria y evaluar las posibilidades y perspectivas que se le presentan.
4. Reconocer la importancia que para las empresas y la sociedad tienen la investigación, las innovaciones tecnológicas y la globalización económica en relación con la competitividad, el crecimiento y la localización empresarial. Analizar estas variables en el contexto de la empresa y sociedad canaria.
5. Evaluar las posibles consecuencias sociales y medioambientales de la actividad empresarial, así como su implicación en el agotamiento de los recursos naturales, señalando su repercusión en la calidad de

**DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA**

vida de las personas y reconocer las estrategias y sistemas de gestión empresariales que persiguen nuevos equilibrios entre las dimensiones económica, social y ambiental.

6. Analizar el funcionamiento de las organizaciones y los grupos en la relación con la aparición y resolución de conflictos. Reconocer los sistemas de gestión del conocimiento como generadores de valor para la empresa y como fuente de ventajas competitivas.
7. identificar las políticas de marketing de diferentes empresas en función de los mercados a los que se dirigen sus productos.
8. conocer e interpretar, de modo general, estados de cuentas anuales de empresas. Identificar sus posibles desequilibrios económicos y financieros, y proponer y evaluar medidas correctoras.
9. obtener, seleccionar e interpretar información, tratarla de forma autónoma, utilizando, en su caso, de las múltiples posibilidades que las TIC permite, y aplicarla a la toma de decisiones empresariales, analizando de forma crítica informaciones de actualidad sobre hechos relevantes de ámbito empresarial, internacional, nacional y regional.
10. Diseñar y elaborar proyectos sencillos de empresa, con creatividad e iniciativa, proponiendo los diversos recursos y elementos necesarios para organizar y gestionar su desarrollo e incorporando las TICs como espacio interactivo, colaborativo y de presentación de resultados. Identificar instrumentos y medidas de apoyo al emprendedurismo en Canarias.
11. desarrollar cualidades personales como la iniciativa, la creatividad, el dinamismo, el sentido crítica, la cooperación y el trabajo en equipo, el sentido de la responsabilidad, manifestar capacidad de relación y de respuesta ante los cambios del entorno, sensibilidad ante las necesidades de los otros y flexibilidad en los planteamientos propios y ajenos; y reaccionar con intuición ante la innovación y la resolución de problemas.

#### **4. SECUENCIACIÓN DE LOS CONTENIDOS según los bloques temáticos del currículo**

**Bloque temático 1: La empresa**

Unidad 1: El papel de la empresa en la economía

Unidad 2: Clases y formas de empresas

Unidad 3: El entorno de la empresa y estrategia empresarial

**Bloque temático 2: Desarrollo de la empresa**

Unidad 4: El desarrollo de la empresa

**Bloque temático 3: Organización y dirección de la empresa**

UD 5: Dirección y organización de la empresa

UD 6: La dirección de recursos humanos

**Bloque temático 4: La función productiva**

Unidad 7: La función productiva de la empresa. Productividad, eficiencia e innovación

**Bloque temático 5: La función comercial de la empresa**

Unidad 8: La función comercial de la empresa. El marketing MIX

**Bloque temático 6: La información en la empresa**

Unidad 9: El patrimonio y las cuentas de la empresa

Unidad 10: Análisis financiero de la empresa

UD 11: Análisis económico y social de la empresa.

**DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA****Bloque temático 7: La función financiera**

Unidad 12: La financiación de la empresa

UD 13: Las inversiones de la empresa

**Bloque temático 8: El proyecto empresarial**

Unidad 14: El proyecto empresarial.

**5. ELEMENTOS CURRICULARES:****BLOQUE TEMÁTICO I: LA EMPRESA****UNIDAD DIDÁCTICA 1: EL PAPEL DE LA EMPRESA EN LA ECONOMÍA**

Esta unidad pretende proporcionar a los alumnos y alumnas un primer acercamiento al mundo de la empresa. Para ello, deben comprender que la empresa se enfrenta, para poder desarrollar sus actividades, a un entorno complejo, y que debe coordinar las acciones de diferentes grupos que, aun perteneciendo a la propia empresa, no tienen los mismos intereses. Además, los alumnos y alumnas deben advertir que la empresa como agente económico desempeña un importante papel en la economía, puesto que al ser la unidad básica de producción es la que se encarga de obtener los bienes y servicios que la sociedad necesita. Para conseguir tal fin, realiza una serie de funciones totalmente diferenciadas que tratan de obtener el mejor uso posible de los recursos con los que cuenta y, así, alcanzar los objetivos que previamente se fijaron.

**OBJETIVOS**

1. Conocer la naturaleza de la actividad económica.
2. Identificar y definir los recursos productivos y los agentes económicos.
3. Reconocer las relaciones existentes en una economía entre los agentes económicos y los mercados de productos y factores.
4. Describir las funciones que desarrollan las empresas en la sociedad.
5. Explicar el ciclo de producción y las áreas funcionales que existen en la empresa.
6. Clasificar y distinguir los elementos que son comunes a todas las empresas.
7. Identificar, clasificar y entender los grupos de intereses externos e internos que influyen sobre el funcionamiento de la empresa.
8. Describir los diferentes tipos de objetivos que puede plantearse alcanzar una empresa.
9. Conocer las teorías existentes sobre el concepto de empresa, cómo se puede definir esta y cuál es su funcionamiento en la sociedad.
10. Conocer cómo funciona el mercado y saber distinguir el funcionamiento de los mercados de competencia perfecta de aquellos otros que están en régimen de competencia imperfecta.
11. Explicar las distintas teorías que definen la persona del empresario.

**CONTENIDOS****CONCEPTOS**

La naturaleza de la actividad económica y los problemas económicos básicos.

El papel de la empresa en la economía. Las funciones de la empresa en una economía de mercado.

El funcionamiento económico de las empresas.

Los componentes de la empresa.

Los objetivos de las empresas.

**DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA**

---

Teorías sobre la empresa.

El funcionamiento del mercado.

La competencia perfecta, el oligopolio, el monopolio y la competencia monopolística.

Teorías sobre la figura del empresario.

**PROCEDIMIENTOS**

Clasificación y descripción de los factores o medios de producción.

Clasificación y descripción de los agentes económicos.

Utilización de gráficos para establecer las relaciones entre agentes económicos y mercados de factores y de productos.

Estudio y clasificación de los diferentes tipos de objetivos que puede alcanzar una empresa.

Diferenciar las distintas teorías sobre la empresa y cuáles son sus ideas sobre cómo debe funcionar esta.

Distinción y comparación de los mercados de competencia perfecta e imperfecta.

Análisis de las diferentes teorías que hacen referencia a la figura del empresario.

**ACTITUDES**

Ser consciente de las estrechas relaciones que existen entre los tres agentes económicos.

Habituar a la idea de que clasificar en economía es una tarea a veces complicada y en la que la subjetividad juega, en ocasiones, un papel importante.

Valoración del papel que juega la empresa en el funcionamiento de una economía como proveedora de bienes y servicios.

Reconocimiento e identificación del papel que juegan los diversos grupos de intereses que tienen relación con la empresa.

Valoración y reconocimiento de la importancia que tiene la intervención del Estado en aquellos mercados en los que la competencia no existe o está restringida.

Valoración positiva de la iniciativa empresarial como elemento generador de riqueza.

**CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

1. Identificar y definir los recursos productivos, los agentes económicos y las interrelaciones que se producen entre ellos.
2. Explicar el ciclo de producción y las áreas funcionales que existen en la empresa.
3. Identificar, clasificar y conocer los grupos de intereses que afectan a la empresa en el logro de sus objetivos.
4. Describir los diferentes tipos de objetivos que puede plantearse alcanzar una empresa.
5. Describir las distintas teorías existentes sobre las funciones y la definición de empresa.
6. Señalar las principales características de funcionamiento del mercado y describir los mercados que funcionan en régimen de competencia perfecta o de competencia imperfecta.
7. Explicar las distintas teorías que definen la persona del empresario.

**DESARROLLO DE COMPETENCIAS BÁSICAS**

El estudio del mundo de la empresa, en el que la capacidad de decidir y actuar individualmente es tan importante, supone una excelente manera de favorecer en nuestros alumnos el desarrollo de la **competencia de la autonomía e iniciativa personal**. En esta unidad didáctica, dicha competencia puede abordarse especialmente en la sección *Temas de reflexión y debate*, en la que se plantea el éxito en los negocios y su relación con la suerte.

**DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA**

Asimismo, se puede desarrollar la competencia sobre el tratamiento de la información con el uso de ratios para analizar datos del mercado y de la empresa.

Por último, la competencia social y ciudadana puede tratarse al presentar la función social de la empresa y la responsabilidad del empresario, temas que se abordarán más detenidamente en unidades posteriores.

**UD 2: CLASES FORMAS DE EMPRESAS**

Esta unidad describe las distintas formas de empresa que regula la legislación española. La importancia de comprender las diferencias entre unas y otras no se limita al conocimiento de sus peculiaridades técnicas, sino que debe extenderse a la comprensión de las ventajas e inconvenientes que tiene cada una de ellas y por qué unas formas jurídicas son más adecuadas que otras para cada una de las diferentes clases de empresas. Por ello, el alumno debe conocer, por ejemplo, las diferencias entre los órganos o el funcionamiento de las sociedades colectivas y anónimas, pero también por qué la primera es muy utilizada en el caso de profesionales liberales y no en grandes empresas, mientras que la segunda es mayoritaria en las grandes compañías y no en las pequeñas empresas familiares.

**OBJETIVOS**

1. Explicar las diferencias existentes entre las distintas formas jurídicas de empresa reconocidas por la legislación de nuestro país.
2. Conocer los diferentes órganos de gobierno, de representación, quién tiene la responsabilidad y cómo se puede acceder a la propiedad de cada una de las formas de empresa.
3. Identificar las ventajas y los inconvenientes que tiene cada una de las diferentes formas de empresa.
4. Identificar cuál es la forma de empresa más conveniente para distintos supuestos de negocio con diferentes tamaños y finalidades.
5. Diferenciar las empresas personalistas, capitalistas y de economía social.
6. Conocer cuáles son los trámites que debe seguir un emprendedor para poner en marcha una empresa.
7. Aplicar los conocimientos teóricos a problemas prácticos de emprendedores que quieran crear una empresa, identificando la mejor forma jurídica y razonando el porqué.
8. Elaborar juicios y criterios personales acerca de las empresas de economía social, sus diferencias con respecto a otras formas jurídicas y sus posibles ventajas e inconvenientes.

**CONTENIDOS****CONCEPTOS**

Empresas personalistas, capitalistas y de economía social.

Formas de acceso a la propiedad de la empresa, responsabilidad jurídica frente a terceros, gobierno y representación de la empresa.

Órganos de gobierno de la sociedad anónima: Junta General de Accionistas, Consejo de Administración y Administrador único.

Acciones y derechos que confiere una acción.

Empresas individuales, sociedades colectivas, sociedades comanditarias, sociedades de responsabilidad limitada, sociedades anónimas, cooperativas, sociedades laborales.

Órganos de gestión de las sociedades de responsabilidad limitada: la Junta General de socios y los administradores.

**PROCEDIMIENTOS**

Realización de simulaciones sobre creación de empresas en las que haya que escoger la forma jurídica más adecuada para ella y se necesiten realizar los trámites para constituirla.

**DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA**

Análisis de materiales de prensa, por ejemplo anuncios en los que se convoque la Junta General de Accionistas de una sociedad anónima para identificar qué clase de junta se convoca y las competencias que tiene.

Elaboración de esquemas que indiquen las diferencias entre las distintas formas jurídicas de empresa y cuáles son las ventajas y desventajas que tiene cada una de ellas.

Identificación de los impresos necesarios para poder efectuar los trámites de la puesta en marcha de una sociedad y aprender cómo se tienen que rellenar y los datos que se piden en ellos.

Planteamiento y realización de debates acerca de las ventajas y los inconvenientes que tienen las empresas de economía social con respecto a otras clases de empresas.

**ACTITUDES**

Valoración de las distintas formas jurídicas de empresa con las ventajas que tiene cada una de ellas para determinadas clases de empresas.

Preocupación por la búsqueda de la forma jurídica más adecuada para cada proyecto empresarial.

Valoración de la responsabilidad social de las empresas con especial mención a las de economía social.

Autonomía para poder realizar los trámites de creación de una empresa sin necesidad de recurrir a asesores jurídicos.

Interés por los problemas que se generan en las sociedades anónimas por los diferentes objetivos de los propietarios de las empresas y los gestores de las mismas.

**CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

1. Describir las diferencias esenciales que hay entre las distintas formas de empresa en cuanto al número de socios, las formas de acceso a la propiedad, la responsabilidad frente a terceros, el gobierno y la representación de las empresas.
2. Explicar qué es una acción, sus distintas clases y los derechos que confiere a sus propietarios.
3. Saber realizar todos los pasos que hay que llevar a cabo para legalizar una empresa.
4. Distinguir las diferencias entre las dos clases de empresas de economía social y las empresas personalistas y las capitalistas.
5. Utilizar las ventajas y desventajas de cada una de las formas jurídicas para escoger una de ellas a la hora de crear una empresa.
6. Identificar las diferencias que existen entre una sociedad anónima y una de responsabilidad limitada.

**DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS BÁSICAS**

En la presente unidad, nuestros alumnos se inician en el lenguaje técnico propio del derecho mercantil, aprendizaje que contribuye significativamente al desarrollo de la **competencia comunicativa**.

El conocimiento empresarial favorece la **autonomía e iniciativa personal** de nuestros alumnos, ya que este bagaje es indispensable para que emprendan, desarrollen y evalúen acciones o proyectos individuales o colectivos con creatividad, confianza, responsabilidad y sentido crítico.

Al incorporar el estudio de las empresas de economía social o de interés social, se trabaja la **competencia social y ciudadana**, al poner de manifiesto la vocación de ayuda común que da origen a este tipo de organizaciones. Además, el estudio de la organización y gobierno de las sociedades es, en general, una oportunidad para trabajar los principios democráticos básicos

**UD 3: ENTORNO DE LA EMPRESA Y ESTRATEGIA EMPRESARIAL.**

Las empresas no desarrollan sus actividades de una forma autónoma e independiente, ya que en la realización de sus diferentes operaciones se relacionan con su entorno global. De esa relación surgen beneficios para ambas partes, a saber: riqueza, empleo, beneficios empresariales, etc. Pero al mismo tiempo surgen costes, que genera la empresa pero que asume la sociedad, y que hay que tratar de evitar.

**DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA**

---

De forma paralela, además del entorno global al que la empresa se enfrenta, existe otro entorno más inmediato compuesto por clientes, proveedores, competidores, etc. Las relaciones que se establecen entre la empresa y su entorno inmediato deben someterse a unas reglas de actuación que permitan el juego limpio entre todas las partes

---

**OBJETIVOS**

1. Conocer y describir los diferentes factores del entorno de la empresa que condicionan su funcionamiento.
2. Diferenciar los diferentes agentes económicos con los que la empresa interactúa de forma directa.
3. Saber calcular la cuota de mercado que corresponde a una empresa dentro de un sector de actividad.
4. Diferenciar los mercados competitivos de aquellos otros en los que por razones técnicas, económicas, administrativas, etc., funcionan con restricciones a la competencia.
5. Conocer las diferentes amenazas y oportunidades, tanto presentes como futuras, que pueden afectar a una empresa en sus actuaciones en el mercado.
6. Identificar y explicar las diferentes barreras de entrada que una empresa puede encontrar al intentar abordar un nuevo mercado.
7. Conocer las estrategias básicas que la empresa puede adoptar para alcanzar ventajas competitivas.
8. Explicar los ámbitos de responsabilidad de la empresa.
9. Comprender que las aportaciones de la empresa al entorno pueden ser positivas o negativas.
10. Conocer el marco legal básico de la empresa.
11. Explicar qué protección otorga una patente y qué derechos cubre la marca de un producto.
12. Enumerar y conocer las leyes que garantizan el funcionamiento del mercado desde el punto de vista de la competencia.
13. Conocer las características, ventajas e inconvenientes de la ZEC.

**CONTENIDOS****CONCEPTOS**

El entorno de la empresa.

Mercado, globalización y competencia.

Sector de actividad, liderazgo, cuota de mercado y poder de mercado.

La competencia dentro de un sector: las fuerzas competitivas.

La estrategia competitiva de la empresa.

Costes sociales y responsabilidad social.

La responsabilidad social de la empresa y sus ámbitos.

Ética y cultura empresarial.

El equilibrio entre ética y competitividad.

El marco legal de la empresa.

La patente y la marca.

La defensa de la competencia y la competencia desleal.

ZEC

**DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA****PROCEDIMIENTOS**

Identificación y descripción de los diferentes factores del entorno de la empresa que condicionan tanto la decisión de localización de la misma como su vida futura (especial referencia a la ZEC)

Diferenciación de los factores del entorno que son comunes al conjunto de las empresas de aquellos otros que afectan de forma individualizada a cada una de ellas.

Comparación de las condiciones de funcionamiento entre los mercados competitivos de otros que no lo son.

Clasificación de las diferentes estrategias que puede adoptar una empresa para ser competitiva.

Clasificación y diferenciación de los diferentes ámbitos de responsabilidad social de la empresa.

Lectura, interpretación y síntesis de textos que pongan de manifiesto los costes sociales que han provocado determinadas empresas.

**ACTITUDES**

Evaluación del papel que tienen los diferentes agentes económicos en el funcionamiento de la empresa.

Ser consciente de que la supervivencia de la empresa pasa, fundamentalmente, por la correcta asignación de los recursos y por el respeto a las leyes que regulan el mercado.

Actitud crítica hacia aquellos sectores de actividad en los que existen barreras que impiden, falsean o restringen la competencia.

Valoración de la tecnología como fuerza impulsora de la competencia.

Actitud crítica ante aquellas situaciones en las que determinadas empresas incurren en costes para la sociedad.

Reconocimiento del compromiso ético que adoptan determinadas empresas para que sus aportaciones sean beneficiosas para la sociedad.

**CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

1. Describir los diferentes factores del entorno de la empresa que condicionan su funcionamiento.
2. Enumerar y explicar brevemente los diferentes agentes económicos con los que la empresa interactúa de forma directa.
3. Calcular la cuota de mercado que corresponde a una empresa dentro de un sector de actividad.
4. Enumerar y explicar brevemente las diferentes amenazas y oportunidades, tanto presentes como futuras, que pueden afectar a una empresa.
5. Describir las estrategias básicas que la empresa adopta para alcanzar ventajas competitivas.
6. Analizar los ámbitos de responsabilidad de la empresa.
7. Describir las leyes que garantizan el funcionamiento del mercado desde el punto de vista de la competencia.
8. Explicar qué es una patente y qué es la marca de un producto.

**DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS**

En esta unidad se abordan los procesos de búsqueda y análisis de información como paso previo a la planificación de la actividad empresarial. De este modo, se contribuye de forma especial a la adquisición de varias competencias básicas:

- **Fomento de la autonomía e iniciativa personal**, porque se utilizan los procesos de toma de decisiones para planificar estrategias y asumir retos. Estos ejercicios enseñan a convivir con la incertidumbre.
- El análisis de la responsabilidad social y medioambiental de las empresas es un tema propicio para que los alumnos mantengan una actitud crítica ante las situaciones en las que determinadas empresas generan costes sociales; de este modo, se favorece el desarrollo de la **competencia social y ciudadana**.

**BLOQUE TEMÁTICO II: DESARROLLO DE LA EMPRESA****UD 4: EL DESARROLLO DE LAS EMPRESAS**

A veces hay, en determinados mercados, una relación directa entre tamaño y competitividad, de ahí que determinadas empresas, en la medida que quieren acceder a nuevos mercados, necesiten aumentar su tamaño para ser competitivas. Las estrategias para conseguirlo pueden ser muy variadas, desde buscar el crecimiento de forma autónoma hasta intentar emprender esta senda junto con otras compañías. Esta unidad didáctica trata de todas las estrategias posibles de crecimiento empresarial, analizando más en detalle la empresa que en su crecimiento ha encontrado su fortaleza: la empresa multinacional.

---

**OBJETIVOS**

1. Analizar la importancia que tiene para el desarrollo de las actividades empresariales las decisiones de localización y de dimensión.
2. Explicar los factores que determinan la localización de una empresa.
3. Distinguir los factores de localización industrial de los factores de localización comercial y de servicios.
4. Describir los criterios que habitualmente se utilizan para medir la dimensión de las empresas.
5. Explicar y comparar las ventajas e inconvenientes de la gran empresa con respecto a las pymes, así como las relaciones de complementariedad que se establecen entre ambos tipos de empresa.
6. Distinguir las distintas vías que tiene la empresa para crecer.
7. Explicar las estrategias de especialización y diversificación como alternativas para lograr el crecimiento de la empresa.
8. Comprender qué es la integración vertical en las empresas y conocer sus ventajas e inconvenientes.
9. Enumerar y describir las principales características de una empresa multinacional.
10. Conocer las diferentes estrategias que puede adoptar una empresa multinacional para desarrollar sus actividades en nuevos países.

**CONTENIDOS****CONCEPTOS**

Localización, dimensión y demanda.

Factores que determinan la localización.

La localización industrial y la localización comercial y de servicios.

Dimensión, capacidad productiva y ocupación.

El proceso de desarrollo de las empresas.

Las estrategias de especialización y de diversificación de actividades.

La integración vertical, definición, ventajas e inconvenientes.

La empresa multinacional: características y estrategias de desarrollo.

La responsabilidad social de las empresas multinacionales.

**PROCEDIMIENTOS**

Explicación de los diferentes factores que determinan la localización empresarial.

Distinción entre los objetivos que persigue la localización industrial de los que se pretenden con la localización comercial y de servicios.

Exposición de los criterios más utilizados para medir la dimensión de las empresas.

**DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA**

Comparación de las ventajas e inconvenientes que poseen tanto las pymes como la gran empresa.

Distinción entre la estrategia de especialización y la estrategia de diversificación como caminos alternativos de crecimiento empresarial.

Identificación de las ventajas e inconvenientes que tiene el proceso de integración vertical.

Identificación de las características de la empresa multinacional.

Identificación y análisis de las diferentes estrategias que puede adoptar una empresa multinacional para entrar en nuevos países.

**ACTITUDES**

Valoración de la importancia que tienen para el futuro de la empresa las decisiones de localización y dimensión.

Ser conscientes de que las decisiones sobre localización y dimensión deben adoptarse de manera conjunta.

Valoración crítica de las decisiones que toman determinadas empresas, que obteniendo beneficios deciden deslocalizarse para incrementarlos sin tener en cuenta los costes sociales que se producen.

Valoración de la importancia del crecimiento empresarial como forma de supervivencia de las empresas.

Capacidad para reconocer cómo a lo largo de un proceso industrial el producto va ganando en valor.

Actitud crítica hacia las actuaciones de algunas multinacionales que incurren en prácticas en determinados países que no se darían en el de la matriz.

Ser conscientes del papel de las multinacionales como fuerza creadora de empleo y de riqueza.

**CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

1. Distinguir entre los objetivos que persigue una empresa industrial de los que persigue una comercial y de servicios con respecto a la localización de ambos tipos de empresas.
2. Enumerar y explicar los factores de localización industrial y los factores de localización comercial y de servicios.
3. Explicar los criterios que habitualmente se utilizan para medir la dimensión de las empresas.
4. Describir las distintas vías que tiene la empresa para crecer.
5. Explicar las estrategias de crecimiento de la empresa.
6. Comprender qué es la integración vertical en las empresas y conocer sus ventajas e inconvenientes.
7. Señalar las principales características de una empresa multinacional.

**DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS**

Esta unidad lleva a nuestros alumnos a analizar y sopesar las circunstancias sobre las que fundamentar dos decisiones vitales en toda empresa: su localización y su dimensión. Esta labor necesita de una serie de capacidades y habilidades tales como trabajo en equipo, el sentido crítico, el esfuerzo, la habilidad para buscar, obtener, procesar y comunicar información, etc., que aportan a nuestros alumnos la oportunidad de seguir profundizando en el desarrollo de competencias básicas tales como la **autonomía e iniciativa personal, tratamiento de la información**. También, el análisis del tejido empresarial y, en especial, la contribución social de las pymes como vía principal para generar riqueza y empleo, complementa el conocimiento de la realidad social en la que vivimos.

En esta unidad se verá cómo, en general, existe una tendencia natural al crecimiento por parte de las empresas. Con ello, los alumnos pondrán en práctica la **competencia social y ciudadana** para comprender esta realidad y ser críticos con aquellas empresas multinacionales que, movidas únicamente por intereses crematísticos, generan altos costes sociales.

**BLOQUE TEMÁTICO III: ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE LA EMPRESA****UD 5: LA DIRECCIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA**

**DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA**

---

En esta unidad los alumnos se van a familiarizar con los distintos modos que existen de organizar una empresa. Tienen que comprender que una empresa que esté mal organizada, porque no ha elegido la forma de organización más adecuada a sus características, seguramente no estará aprovechando correctamente los recursos con los que cuenta. Por ello, los alumnos deben darse cuenta, especialmente, de cuáles son las ventajas y los inconvenientes que tiene cada forma de organización, para que sepan escoger cuál puede ser la mejor en cada caso.

---

**OBJETIVOS**

1. Explicar la importancia de la organización de las empresas y cuál es su función esencial.
2. Conocer cuáles son las distintas formas organizativas que existen.
3. Diferenciar entre la organización formal y la informal.
4. Conocer los distintos criterios con los que se puede llevar a cabo la departamentalización de una empresa.
5. Analizar y comprender un organigrama.
6. Diferenciar las distintas formas de relación que se pueden dar entre los componentes de una empresa.
7. Diseñar un organigrama partiendo de la realidad organizativa de una empresa.

**CONTENIDOS****CONCEPTOS**

La organización: su función y sus contenidos.

La organización formal e informal.

El organigrama.

El departamento.

Los criterios de departamentalización.

**PROCEDIMIENTOS**

Elaboración de organigramas a partir de ejemplos concretos.

Planificación y realización de departamentalizaciones de empresas utilizando diferentes criterios.

Identificación, a través de ejemplos concretos, de las maneras de aprovechar una organización informal para reforzar la formal.

Diferenciación de las distintas formas de relación existentes entre los componentes de una empresa.

Identificación de los distintos elementos de una estructura organizativa.

**ACTITUDES**

Valoración y reflexión sobre cuáles pueden ser las ventajas y los inconvenientes de cada una de las diferentes formas organizativas.

Capacidad crítica para detectar los fallos organizativos que pueda tener una empresa.

Actitud crítica hacia las nuevas formas organizativas complejas y los problemas que pueden presentarse en ellas para la estabilidad de los trabajadores.

Actitud crítica ante las formas organizativas simples y sus diferentes principios organizativos.

Sensibilidad ante la necesidad de que la empresa se organice para poder aprovechar todos sus recursos.

**CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

1. Reconocer las principales formas organizativas de empresa que existen.

**DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA**

---

2. Describir las diferencias existentes entre las distintas clases de organigramas.
3. Explicar cuáles son las ventajas y las desventajas de cada una de las formas organizativas existentes.
4. Escoger un criterio de departamentalización adecuado para una determinada empresa.
5. Explicar la necesidad y las funciones que cumple la organización en una empresa determinada.
6. Diferenciar entre organización formal e informal.

**DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS**

- **Comunicación** y de **tratamiento de información**. La utilización de información de la prensa y otros medios de comunicación para ver las organizaciones de diferentes empresas ayudará a tratar la información como base del conocimiento. Por otro lado, el desarrollo de actividades de diálogo y debate permitirán el desarrollo de la comunicación con rigor y respeto.
- La competencia de **autonomía personal** se desarrolla en los epígrafes que abordan la importancia de la planificación y control en toda actividad, incluidas las cotidianas, para lograr los objetivos que uno se plantea. Por otro lado, en la unidad se recalca cómo la autoridad va asociada a la responsabilidad, de forma que, a mayor autoridad, mayor responsabilidad

**UD 6: LA DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS.**

En esta unidad se aborda el tema de los recursos humanos, que es una de las cuestiones clave en la organización de las empresas, ya que las personas que trabajan en ellas son un factor fundamental para poder alcanzar los objetivos que se hayan planteado.

Pero, aun contando con un buen equipo de trabajadores, puede que esos objetivos no se alcancen. Una de las causas que puede provocar que un buen equipo no logre los fines que se plantea es que sus componentes trabajen desmotivados o descoordinados. Por tanto, la cuestión de los recursos humanos en una empresa no depende solo de que los trabajadores que se tengan sean buenos o no; también influye el hecho de que se coordinen entre ellos y trabajen como un equipo, y que estén motivados y con ganas de conseguir los objetivos que se hayan fijado

---

**OBJETIVOS**

1. Comprender la importancia de contar con un buen equipo de personas que, además, estén motivadas para alcanzar los objetivos de la empresa.
2. Conocer las diferentes técnicas de motivación existentes.
3. Comprender qué es la motivación y la importancia que tiene en la empresa.
4. Conocer las diferencias que existen entre un líder y un directivo.
5. Identificar las características que debe tener un líder en una empresa.
6. Analizar las dificultades que puede tener trabajar en equipo.
7. Conocer los distintos elementos que integran el proceso de comunicación.
8. Analizar las condiciones que debe cumplir un nuevo trabajador para que se adapte a la labor que debe realizar en la empresa.
9. Conocer la normativa existente en nuestro país sobre la modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo.

**CONTENIDOS****CONCEPTOS**

La motivación humana. Las técnicas de motivación.

El liderazgo. Los atributos de un líder.

**DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA**

---

La selección de personal.

La modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo.

El conflicto colectivo y la negociación colectiva.

**PROCEDIMIENTOS**

Identificación de los sistemas de motivación existentes en la empresa.

Análisis de las características que debe tener un líder.

Planteamiento y realización de debates acerca de los motivos por los que un líder utiliza determinadas fuentes de poder y no otras.

Análisis de ofertas de empleo aparecidas en los medios de comunicación.

Análisis y valoración de los derechos de los trabajadores cuando existe un conflicto laboral.

**ACTITUDES**

Actitud crítica hacia los distintos sistemas de motivación existentes.

Valoración de los beneficios y perjuicios de los sistemas de retribución variables.

Capacidad para reconocer las fuentes de poder que utiliza un directivo o un líder.

Evaluación crítica de las cualidades que tiene un líder frente a las de un directivo.

Análisis crítico de los procesos de selección de personal.

**CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

1. Conocer las diferentes técnicas de motivación y su aplicación en casos particulares.
2. Identificar las distintas fuentes de poder de una empresa.
3. Analizar las distintas teorías que existen sobre la motivación.
4. Conocer la normativa laboral española.
5. Conocer los distintos estilos de dirección. Liderazgo y dirección.

**DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS**

Sin duda, la competencia básica que más se va a trabajar en esta unidad es la **competencia de autonomía e iniciativa personal**. Al hacer reflexionar a los alumnos sobre los procesos de la motivación en el trabajo, les estamos dotando de armas para que, en el futuro, encuentren los resortes indicados para funcionar en una determinada dirección, con confianza en sí mismos y tomando las decisiones oportunas basadas en el conocimiento de los procesos de motivación que se dan en ellos mismos y los que puedan ser sus colaboradores. Pero, además, les estamos haciendo reflexionar sobre la posibilidad de desarrollar dotes de líderes y de ponerlas en práctica en diferentes circunstancias que les conduzcan a conseguir el éxito en sus empresas.

Pero esta unidad también está muy relacionada con la **competencia social y ciudadana**, sobre todo cuando se abordan todos los aspectos relacionados con la normativa laboral y la resolución de los conflictos laborales. Los ciudadanos deben saber cuáles son los cauces que tienen para hacer valer sus derechos, al mismo tiempo que conocen esos mismos derechos y, tan importantes como ellos, sus obligaciones. En ese sentido, la explicación de la última parte de la unidad didáctica debe hacer reflexionar a los alumnos sobre la necesidad de conocer las normas y leyes que regulan nuestras relaciones y así concienciarles en la toma de una actitud activa en la defensa de los valores de nuestra Constitución y que son la garantía de una convivencia pacífica.

Por último, esta unidad didáctica se presta a trabajar la **comunicación** y, en general, los procesos de comunicación. Por ejemplo, uno de los epígrafes aborda el análisis de esos procesos dentro de la empresa y en él se analizan los elementos que deben tenerse en cuenta en todo proceso de comunicación para que esta sea eficaz.

**UD 7: LA FUNCIÓN PRODUCTIVA DE LA EMPRESA. PRODUCTIVIDAD EFICIENCIA E INNOVACIÓN**

Una de las mayores preocupaciones que debe tener toda empresa es controlar las variables que son de su responsabilidad directa. Entre ellas está la función de producción, que es un claro ejemplo de cómo algunas empresas han basado su estrategia competitiva en una gestión adecuada, y de esta forma han conseguido mejorar notablemente sus resultados. Sin embargo, no se debe perder de vista el horizonte global de la empresa, ya que, aunque la función productiva es un área de gran importancia, el resto de funciones que se desarrollan en la empresa son también fundamentales. Haciendo un símil biológico, si la función productiva fuera el corazón de la empresa, el cerebro sería la dirección y el resto de órganos serían la función financiera, la comercial, etc., y lo mismo que el cuerpo necesita de todos sus órganos para poder funcionar correctamente, la empresa necesita atender a todas sus funciones para poder sobrevivir

**OBJETIVOS**

1. Identificar el área de producción de una empresa y conocer su importancia en las actividades empresariales.
2. Conocer y diferenciar los conceptos de eficiencia técnica y eficiencia económica.
3. Hallar la productividad de un factor y saber interpretar los resultados obtenidos.
4. Comprender y calcular los diferentes tipos de coste de una empresa a corto plazo, diferenciando entre costes fijos, variables, medios y marginales.
5. Analizar, calcular y representar gráficamente los ingresos costes y beneficios de una empresa.
6. Dar respuesta argumentada a la decisión empresarial relativa a producir o comprar.
7. Hallar desde el punto de vista técnico y gráfico el umbral de rentabilidad o punto muerto de una empresa, identificando las zonas de pérdidas y ganancias.
8. Aplicar los conocimientos adquiridos para argumentar y comprender el punto de equilibrio de una empresa en competencia perfecta
9. Analizar los resultados obtenidos del cálculo de la productividad.
10. Identificar las causas del crecimiento de la productividad.
11. Valorar la importancia que tiene para la sociedad que en ella se de un incremento de la productividad.
12. Conocer en qué consiste la investigación, el desarrollo y la innovación.
13. Valorar la importancia que la I+D+i tiene para la sociedad.

**CONTENIDOS****CONCEPTOS**

Área de producción de la empresa.

Eficiencia técnica y económica.

La productividad de un factor y la productividad global de la empresa.

Los costes fijos, variables, totales y medios. Ingresos. Beneficios. Proceso de formación del coste empresarial.

Umbral de rentabilidad o punto muerto.

La productividad como indicador de la eficiencia.

Causas del crecimiento de la productividad: capital humano, cambio tecnológico, inversión y gestión de recursos.

Conocimiento tecnológico e I+D+i.

**PROCEDIMIENTOS**

Aplicación de los conceptos de eficiencia técnica y económica a diferentes técnicas productivas, eligiendo la más rentable.

Elaboración de casos prácticos de cálculo de la productividad de diferentes factores.

A partir de los datos relativos a la producción de una empresa, cálculo de los distintos tipos de costes, ingresos y beneficios.

A partir de datos aportados, cálculo y representación gráfica del umbral de rentabilidad o punto muerto de

**DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA**

una empresa, y toma de decisiones sobre si interesa más producir o comprar ciertos elementos.  
Realización de casos prácticos de cálculo de la productividad de diferentes factores e interpretación de los resultados.

**ACTITUDES**

Ser conscientes de la importancia que tiene la eficiencia para la competitividad de una empresa.  
Ser consciente de la relación que existe entre la mejora de la productividad y el aumento de los beneficios.  
Capacidad para reconocer los efectos positivos de la intervención del Estado a la hora de fomentar la investigación en las empresas.  
Disposición favorable a la aplicación de contenidos teóricos a supuestos prácticos.  
Ser conscientes de la importancia que tiene para la toma de decisiones empresariales el conocimiento del punto muerto.  
Flexibilidad y apertura de miras ante la innovación, el desarrollo tecnológico y sus consecuencias en la estructura productiva de las empresas.  
Valoración del papel fundamental que tiene la eficiencia para la competitividad de una empresa.  
Ser conscientes de la relación que existe entre la formación y el capital humano de las personas y la productividad de las empresas.

**CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

Analizar diferentes procesos productivos desde la perspectiva de la eficiencia técnica y económica.  
Calcular los distintos tipos de costes, ingresos y beneficios de una empresa y representarlos gráficamente.  
Señalar las etapas del proceso de formación de costes empresariales, y diferenciar entre costes directos e indirectos.  
A partir de datos aportados relativos a la producción de una empresa (costes, nivel de producción, ingresos, etc.), explicar el concepto de punto muerto, hallarlo, y representarlo gráficamente.  
Saber calcular ratios de productividad, interpretando convenientemente los resultados obtenidos y conocer la manera de mejorar la productividad en una empresa.  
Conocer las ventajas de la inversión en I+D+i y la importancia de la existencia de un sistema de patentes que proteja los descubrimientos y genere incentivos para el cambio tecnológico.

**DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS**

En esta unidad didáctica se trabajan aspectos fundamentales que ayudan a conseguir la **competencia social y ciudadana**. Lo mismo cabe decir de la **competencia sobre el tratamiento de la información** y de la **competencia digital**, habida cuenta de que este tema es susceptible de ser abordado a través del estudio de casos prácticos de empresas a través de internet. Y, por supuesto, como todas las unidades didácticas de esta asignatura, se trabaja de manera muy intensa la **competencia para promover la autonomía e iniciativa personales**, ofreciendo a los alumnos las claves y las herramientas para que en el futuro aborden proyectos con confianza en sí mismos, en los conocimientos adquiridos y en la creatividad e imaginación que siempre ha constituido una parte esencial en el cambio tecnológico y en el desarrollo de nuevos modos de producción más eficientes, y que proporcionan mayor productividad a la sociedad.

**BLOQUE TEMÁTICO V: LA FUNCIÓN COMERCIAL DE LA EMPRESA****UD 8: LA FUNCIÓN COMERCIAL DE LA EMPRESA. EL MARKETING MIX**

Esta unidad se centra en la función comercial de la empresa o marketing. De todos es sabida la importancia creciente que tiene este tema. El hecho de que día a día haya un mayor número de productos que cubren las mismas necesidades hace que las empresas necesiten utilizar cada vez más recursos para lograr que los consumidores opten por sus productos y no por los que fabrica la competencia. Los alumnos tienen que darse cuenta de que si la gente compra un bien y no otro similar, pero de otra marca, es, en la mayoría de las ocasiones, por los esfuerzos comerciales que realizan las empresas, y no solo por la necesidad que cubre ese bien o la manera en que está fabricado. Por tanto, la función de marketing ha pasado a convertirse en una de las actividades fundamentales de la empresa, ya que de ella depende, en

**DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA**

---

gran medida, su supervivencia. Vamos a analizar las peculiaridades de la política de producto, el precio que se va a fijar, la distribución que se va a utilizar para llegar al consumidor final del bien y los sistemas de promoción que se van a emplear. Se trata, por consiguiente, de la parte del marketing más relacionada con la forma en la que se presenta el producto final.

---

**OBJETIVOS**

1. Explicar por qué la actividad comercial es cada día más importante y absorbe mayor cantidad de recursos en una empresa.
2. Conocer todas las variables que están incluidas en la función comercial de una empresa.
3. Diferenciar entre mercado y demanda.
4. Interpretar los distintos enfoques del marketing y reconocer la clase de mercados en los que predomina uno u otro.
5. Preparar un plan de marketing a partir de las características de una empresa y de lo que quiere vender en el mercado.
6. Conocer cuáles son los objetivos que se plantea la investigación de mercados, así como las fases necesarias para realizarla.
7. Conocer la manera en la que se puede realizar una segmentación de mercado y los criterios más utilizados para llevarla adelante.
8. Distinguir el concepto de mercado objetivo.
9. Explicar cuál es el objetivo principal del posicionamiento de una empresa en el mercado.
10. Identificar las distintas técnicas de recogida de información primaria que pueden utilizarse en una investigación de mercados, diferenciando si son técnicas cualitativas o cuantitativas.
11. Analizar los diferentes pasos que debe realizar un departamento de marketing para dar forma a una campaña comercial.
12. Conocer cuáles son los componentes de un producto y saber diferenciarlos de sus atributos.
13. Diferenciar entre gama y línea de productos.
14. Conocer cuál es el ciclo de vida de cualquier producto.
15. Saber utilizar los distintos sistemas existentes para fijar los precios de un bien, y conocer las distintas políticas de precio que se pueden llevar a cabo.
16. Diferenciar entre las distintas clases de canales y clasificarlos según el vínculo existente entre los distintos eslabones del canal.
17. Explicar cuáles son los criterios que existen para escoger un canal de distribución u otro.
18. Conocer los distintos instrumentos de comunicación con que cuenta una empresa.
19. Distinguir entre lo que es publicidad, promoción de ventas, fuerza de ventas, relaciones públicas y marketing directo.
20. Conocer las restricciones que impone la legislación española al uso de la publicidad.
21. Explicar los pasos que hay que dar para organizar un equipo de ventas.

**CONTENIDOS****CONCEPTOS**

La función comercial de la empresa: el marketing.

Marketing pasivo, activo, social y de organización.

**DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA**

---

Marketing estratégico y marketing mix.

Mercado y demanda: maneras de definir el mercado y técnicas para estimar la demanda.

Los criterios de segmentación del mercado y las estrategias para seleccionar los segmentos.

El mercado objetivo y el posicionamiento.

El plan de marketing y sus elementos.

La investigación de mercados, sus objetivos, sus fases y las técnicas de recogida de información.

Casos en los que la actividad comercial de una empresa puede atentar contra los derechos del consumidor.

El marketing mix.

La política de producto.: Los componentes de un producto y sus atributos, gama y línea de producto, el ciclo de vida de un producto.

Los métodos de fijación de precios y las políticas de precios.

Los canales de distribución de un producto.

Publicidad, promoción de ventas, fuerza de ventas, relaciones públicas y marketing directo.

Publicidad ilícita.

**PROCEDIMIENTOS**

Preparación de un plan de marketing para una empresa ficticia.

Realización de estudios sobre el posicionamiento de un determinado producto en el mercado.

Elaboración de trabajos que impliquen segmentar un mercado para una determinada empresa.

Planteamiento y realización de debates sobre casos en los que se tenga que definir cuál es el mercado de una empresa y cuál es su demanda potencial.

Identificación de posibles objetivos de marketing estratégico y de marketing mix para una empresa concreta.

Estudio de casos prácticos en los que haya que analizar las distintas estrategias de marketing que puede emplear una empresa.

Reflexión sobre la conveniencia de la utilización de métodos cualitativos o cuantitativos en la recogida de información primaria.

Desglose de los distintos componentes de un producto.

Análisis de los atributos que tiene un producto.

Realización de un trabajo de investigación sobre las diferentes marcas de productos más conocidas por los alumnos.

Planteamiento de debates sobre las fases de la vida de un producto.

Identificación de diferentes políticas de precio seguidas por los fabricantes.

Identificación de los mejores canales de distribución para algunos productos.

Análisis de un nuevo instrumento del departamento comercial: el comercio electrónico y el marketing on-line.

Reflexión y debate sobre los motivos por los cuales determinada publicidad se considera ilícita.

**ACTITUDES**

Valoración crítica de los distintos enfoques del marketing y de su objetivo prioritario de vender productos.

Actitud crítica ante la información y los mensajes procedentes de las redes y los medios de comunicación.

**DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA**

Interés por estar bien informado y actitud crítica ante aquellos comportamientos que atenten contra los derechos de los consumidores.

Reconocimiento y sensibilidad de la importancia que tiene para los consumidores el estar bien informados de sus derechos.

Reflexión sobre cuáles de los componentes del producto son los que más influyen sobre el consumidor a la hora de realizar la compra.

Actitud crítica hacia las marcas y lo que significan para los consumidores.

Capacidad para conocer si un producto tiene un ciclo de vida corto o largo y en qué punto del mismo se encuentra.

Valoración de las diferentes políticas que hay detrás de un precio alto o bajo.

Ser conscientes de la importancia de los canales de distribución para poner en contacto a productores y consumidores.

Capacidad crítica para detectar la posible ilegalidad de determinadas campañas de publicidad.

Sensibilidad y capacidad crítica a la hora de analizar las políticas de marketing mix que hay detrás de un producto determinado.

**CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

1. Diseñar y realizar una investigación de mercados de una pequeña empresa.
2. Diseñar y realizar un plan de marketing para el lanzamiento de un nuevo producto.
3. Distinguir el enfoque de marketing más adecuado para cada tipo de mercado y justificar el porqué.
4. Segmentar un mercado según los diferentes criterios existentes.
5. Diferenciar, ante una actuación comercial de una empresa, qué parte corresponde a decisiones de marketing estratégico y cuál a decisiones de marketing mix.
6. Analizar un producto determinado indicando sus componentes y sus atributos.
7. Describir el ciclo de vida de un producto conocido.
8. Distinguir en qué casos se puede llevar adelante una política de precios u otra.
9. Explicar cuáles son los diferentes sistemas de fijación de precios que se pueden utilizar.
10. Escoger el canal de distribución más conveniente para un determinado producto.
11. Diseñar una estrategia de comunicación para la promoción de un producto y una empresa.
12. Explicar el concepto de marketing mix.
13. Explicar el concepto de marca.

**DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS**

Esta unidad está muy relacionada con la **competencia social y ciudadana**, pues los derechos de los consumidores y todo un conjunto de reflexiones de tipo ético y moral están imbricadas en el estudio del *marketing* y de las estrategias que llevan a cabo las empresas para tratar de vender sus productos. Tanto en la sección *Temas de reflexión y debate* de esta unidad como en otros epígrafes, se estudian casos concretos de cómo el *marketing*, habitualmente considerado como una actividad de dudosa ética y moralidad, que tiene como objetivo engañar al consumidor, puede poner sus herramientas y estrategias también al servicio de otras actuaciones que son las que tratamos de favorecer entre nuestros alumnos y que en nada tienen que ver con el engaño, la trapaza o la estafa.

A su vez al abordar la publicidad, puesto que realizaremos un análisis más exhaustivo sobre la ética de las prácticas de comunicación de algunas empresas y la legalidad de algunas de ellas. Es importante favorecer que los alumnos sean conscientes de su derecho a no ser engañados ni manipulados por los departamentos de *marketing* de las empresas, e informarles de los mecanismos que existen para hacer valer dichos derechos de los ciudadanos.

**DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA**

---

Por último, se trata de favorecer la **competencia de autonomía e iniciativa personal**, dando a los alumnos herramientas para asegurar la confianza en sí mismos, para que se sientan seguros de sus propios criterios y para que puedan analizar con espíritu crítico los mensajes que provienen de las empresas.

**BLOQUE TEMÁTICO VI: LA INFORMACIÓN EN LA EMPRESA****UD 9: EL PATRIMONIO Y LAS CUENTAS DE LA EMPRESA.**

Para saber si todas las actividades que ha realizado la empresa a lo largo del ejercicio económico han dado sus frutos, es preciso ir recogiendo, a lo largo de este, una información que se deberá procesar a su finalización. Del resultado que arroje esta información se deducirá si la empresa ha tenido pérdidas o ganancias, y si su patrimonio ha aumentado o ha disminuido. En definitiva, esa información servirá para juzgar si la empresa ha logrado alcanzar los objetivos económicos previstos.

---

**OBJETIVOS**

1. Identificar a los diferentes agentes económicos que son destinatarios de la información contable que elabora la empresa.
2. Describir los elementos que forman parte del patrimonio de una empresa.
3. Conocer la partida doble como técnica de representación de los hechos económicos.
4. Comprender la importancia del balance como estado contable representativo del patrimonio empresarial.
5. Diferenciar los elementos patrimoniales que forman parte del activo de aquellos otros que forman parte del pasivo.
6. Distinguir desde el punto de vista de la contabilidad la clasificación temporal entre el corto y el largo plazo.
7. Conocer los hechos económicos que recogen el Libro Diario y el Libro Mayor.
8. Explicar en qué consiste la Cuenta de Pérdidas y Ganancias y qué tipos de resultados se recogen en ella.
9. Conocer la legislación básica que afecta a las empresas a la hora de elaborar la contabilidad.
10. Describir las diferentes formas que existen de valorar un elemento patrimonial de la empresa.

**CONTENIDOS****CONCEPTOS**

El patrimonio de la empresa: valor del patrimonio y balance de la empresa.

Elementos y masas patrimoniales.

El sistema informativo de la empresa: importancia, instrumentos contables y fases descriptivas y de síntesis de la contabilidad.

El Balance de Situación: contenido y forma.

La Cuenta de Pérdidas y Ganancias.

Las obligaciones contables de las empresas.

Los criterios de valoración del patrimonio.

**PROCEDIMIENTOS**

Justificación de la importancia que tiene la información contable.

Explicación de los elementos patrimoniales que componen una empresa.

**DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA**

Clasificación de las partidas de activo y de pasivo que se incluyen en un balance.

Análisis de las diferentes partidas que se representan en un balance tipo.

Explicación del sistema de recogida de datos basado en la partida doble.

Identificación de los diferentes resultados que están incluidos en la Cuenta de Pérdidas y Ganancias.

Realización de casos prácticos de elaboración de balances y Cuenta de Pérdidas y Ganancias.

Conocimiento de las leyes que fijan las normas a seguir para elaborar la contabilidad.

Descripción de las diferentes formas de valorar un elemento patrimonial.

**ACTITUDES**

Ser consciente de la importancia que tiene la información económica para adoptar decisiones.

Valoración del papel de las instituciones públicas que tratan de garantizar la transparencia en la información económica que elaboran las empresas.

Ser conscientes del rigor y la precisión que se necesitan para elaborar la información económica de una empresa.

Tomar conciencia de la importancia que tiene para el empresario individual llevar la contabilidad de su empresa de forma separada a la de su patrimonio personal.

Valoración de la importancia que tiene la intervención del Estado a la hora de calcular el beneficio neto como consecuencia de la existencia de impuestos.

Valoración positiva de la existencia de unas leyes comunes que permiten la comparación de la información económica de diferentes empresas.

**CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

1. Aplicar los conocimientos adquiridos para diferenciar los elementos patrimoniales de un balance.
2. Explicar qué es el Libro Diario y el Libro Mayor.
3. A partir de una serie de datos, calcular los diferentes resultados de una Cuenta de Pérdidas y Ganancias.
4. Explicar qué registra una Cuenta de Pérdidas y Ganancias y describir los resultados que se recogen en ella.
5. Calcular el neto patrimonial de un balance tipo.
6. Describir las diferentes formas que existen de valorar un elemento patrimonial de la empresa.
7. Explicar qué son los bienes, los derechos y las obligaciones de una empresa.

**DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS**

Las competencias que se desarrollaran principalmente en esta unidad didáctica son:

- La competencia de **comunicación** y de **tratamiento de información**. Las actividades de conversión de un lenguaje puramente formal como es la contabilidad, a un lenguaje natural y comprensivo, en el que se deben transformar datos cuantitativos en datos cualitativos, es una de las formaciones más importantes que se puedan dar con respecto al tratamiento de la información y uso del lenguaje.

**UD 10: ANÁLISIS FINANCIERO DE LA EMPRESA.**

El Balance, la Cuenta de Pérdidas y Ganancias y la Memoria no son meros estados contables elaborados para cumplir unas obligaciones establecidas por ley, sino que constituyen una valiosa fuente de información que nos permite conocer la situación financiera de la empresa en un determinado ejercicio económico. En esta unidad los alumnos y las alumnas comprobarán cómo analizando las cuentas anuales se pueden detectar situaciones que, caso de no ponerles remedio, supondrían abocar a la empresa a la suspensión de pagos o la quiebra. Además, comprobarán que estos análisis le permiten al gestor comparar

**DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA**

la situación de su empresa con la de las otras empresas del sector, dándole la posibilidad de solucionar aquellos aspectos que supongan una desventaja para la compañía y permitiéndole reforzar sus puntos fuertes

---

**OBJETIVOS**

1. Identificar la información contable del balance para reconocer la estructura económica y financiera de la empresa y la relación entre ambas.
2. Entender el concepto de fondo de maniobra, saber calcularlo e interpretarlo, deduciendo a partir de él los diferentes estados de equilibrio financiero de las empresas.
3. Analizar con rigor científico los datos de la información económica diaria sobre aspectos financieros.
4. Recordar las masas patrimoniales y sus significados, así como saberlos organizar según los criterios contables.
5. Entender los diferentes instrumentos de análisis contable y su importancia.
6. Entender, calcular e interpretar las principales ratios de información contable.
7. Aplicar dichos conceptos a casos de la prensa y de la información dada por los medios de comunicación generales y especializados.
8. Conocer las medidas legales ante los desequilibrios financieros.
9. Analizar estas situaciones legales en casos dados por los medios de información.
10. Entender el PMM económico financiero.

**CONTENIDOS****CONCEPTOS**

La estructura económica y financiera de la empresa y su análisis en el balance.

La relación entre los aspectos económicos y financieros.

El fondo de maniobra. Concepto, significado e importancia para las empresas.

Instrumentos gráficos, matemáticos y porcentuales para el análisis financiero de las empresas.

Los porcentajes y su representación gráfica. Las ratios de liquidez tesorería, disponibilidad, garantía, endeudamiento, calidad de la deuda y autonomía financiera. Concepto e interpretación.

Los tipos de equilibrio en las empresas. Equilibrio total, estabilidad, desequilibrio y desequilibrio total.

Concepto, representación gráfica y consecuencias. Las medidas legales: el concurso de acreedores.

El PMM económico y financiero. Concepto, importancia y subperíodos

**PROCEDIMIENTOS**

Cálculo e interpretación de datos porcentuales de los balances desde el punto financiero.

Realización e interpretación de gráficos porcentuales del balance desde el punto de vista financiero.

Cálculo, interpretación y resolución de las principales ratios, y determinación de medidas de corrección para mejorar los resultados.

Interpretación y cálculo del fondo de maniobra.

Determinación de la situación de equilibrio patrimonial a partir del fondo de maniobra.

Recogida e interpretación de información de medios de comunicación, que se refiera a la situación financiera de instituciones o empresas.

**ACTITUDES**

Valoración rigurosa de la información que se da sobre empresas desde el punto de vista contable.

Valoración crítica, a partir de los conocimientos adquiridos, de los datos ofrecidos por los medios de comunicación.

Conformación de una visión más exacta de la realidad de la empresa a partir de los instrumentos contables.

Reconocimiento del papel de los poderes públicos en las situaciones de concurso de acreedores.

**DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA****CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

1. Clasificar la información contable del balance y comprender la relación entre la estructura económica y financiera de la empresa.
2. Definir, calcular e interpretar el fondo de maniobra.
3. Entender, calcular e interpretar los ratios para analizar la información contable, en especial, los ratios más significativas, tanto de liquidez, como de solvencia y de deuda.
4. Comprender y analizar las distintas medidas legales que se pueden adoptar ante desequilibrios financieros.

**DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS**

En esta unidad se desarrolla especialmente la **competencia de la autonomía e iniciativa personal**, al ofrecer una visión del mundo de la empresa como reflejo de la capacidad de decidir y actuar individuales, y al resaltar la influencia de los actos personales en la vida. Un ejemplo claro es el texto de la sección *Punto de partida*.

Al igual que en los temas anteriores, se desarrollan también las siguientes competencias:

– **Comunicación lingüística y de tratamiento de información.** Se trata, por un lado de entender los resultados cuantitativos como un lenguaje formal. A partir de esta información, tratarla con rigor científico e interpretarla dándole un significado cualitativo económico.

**UD 11: ANÁLISIS ECONÓMICO Y SOCIAL DE LA EMPRESA.**

En esta unidad se aborda el análisis económico como instrumento para medir los resultados de la gestión empresarial. En resumen, se trata de responder al interrogante de si la empresa analizada ofrece una rentabilidad equiparable con otras opciones que presenta el mercado, asumiendo el mismo nivel de riesgo. Los aspectos económicos y financieros están íntimamente relacionados, por ejemplo, a una empresa le interesa pedir dinero prestado si la rentabilidad que obtiene es mayor que el coste de los recursos ajenos (intereses), y siempre que el endeudamiento no implique asumir un alto riesgo financiero. Un análisis conjunto de ambos aspectos proporciona un diagnóstico de la rentabilidad y las posibilidades de futuro de la empresa.

Por último, hasta hace pocos años, rentabilidad social y económica eran vistas como incompatibles. Lejos del pensamiento tradicional, una empresa ética gana en rentabilidad económica porque consigue una mayor fidelidad de clientes, mejora su posicionamiento de imagen ante los consumidores y los medios de comunicación, se distingue de su competencia y la compañía se identifica con la comunidad en la que opera.

**OBJETIVOS**

1. Comprender la importancia que tiene, para la toma de decisiones, la medición adecuada de la rentabilidad empresarial.
2. Afianzar el cálculo de los diferentes tipos de resultados empresariales y analizar la cuenta de pérdidas y ganancias en términos relativos.
3. Conocer los distintos tipos de rentabilidad que pueden obtenerse, interpretando su resultado.
4. Comprender la interrelación que existe entre la estructura financiera y la rentabilidad empresarial.
5. Realizar informes económico-financieros que aconsejen ante la decisión de financiar nuevas inversiones empresariales.
6. Describir los diferentes tipos de tributos y conocer los principales conceptos tributarios.
7. Realizar ejercicios simulados del IVA e Impuesto de Sociedades.

**DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA**

---

8. Comprender los beneficios que tiene para la empresa una relación amigable con el entorno.
9. Conocer los aspectos necesarios para elaborar el balance ético de una empresa.

**CONTENIDOS****CONCEPTOS**

Análisis económico de la empresa. Magnitudes absolutas y magnitudes relativas.

Análisis de la rentabilidad de la empresa. La rentabilidad económica y financiera. La rentabilidad del accionista.

Rentabilidad y estructura financiera de la empresa.

Del balance social al balance ético de las empresas.

La fiscalidad de las empresas: el IRPF, el IS, el IGIC y el IAE.

**PROCEDIMIENTOS**

Enumeración de los diversos colectivos que están interesados en el conocimiento de los resultados de una empresa.

Realización de casos prácticos de cálculo que permitan obtener el margen de ventas y la cuota de mercado de una empresa.

Utilización de gráficos para identificar el volumen de ventas que hace que la empresa tenga pérdidas y el volumen de ventas que hace que tenga beneficios.

Descripción de las diferentes rentabilidades que se pueden obtener de la relación entre el Balance y la Cuenta de Pérdidas y Ganancias.

Análisis de los diferentes impuestos que gravan las rentas empresariales.

**ACTITUDES**

Valoración del interés de algunas empresas por el cuidado en la presentación de sus resultados para que puedan ser accesibles para todos los colectivos interesados.

Habituar a la idea de que la empresa debe abordar una serie de costes produzca o no.

Ser consciente de la relación que existe entre costes fijos y tamaño empresarial.

Valoración de la importancia que tiene para una empresa obtener una rentabilidad adecuada de sus inversiones.

Valoración del compromiso ético que adquieren determinadas empresas en su relación con la sociedad.

Valoración positiva de la contribución de las empresas al sostenimiento de los gastos públicos.

Actitud crítica hacia aquellas empresas que maquillan sus resultados con el objetivo de pagar menos impuestos.

**CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

1. Analizar e interpretar mediante porcentajes y ratios una cuenta de pérdidas y ganancias.
2. Calcular los distintos tipos de rentabilidad a partir de una cuenta de pérdidas y ganancias interpretando su resultado.
3. Realizar diagnósticos económico-financieros e informes que guíen la toma de decisiones en la empresa.
4. Identificar los principales tributos relativos del IRPF, IS, IGIC e IAE, y resolver ejercicios que simulen la liquidación del IGIC e IS.
5. Poner de manifiesto la relación entre la rentabilidad y ética empresarial.

**DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS**

La información de calidad es condición indispensable para tomar las decisiones empresariales óptimas. La presente unidad aporta las estrategias básicas para obtener información relativa a la rentabilidad

**DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA**

empresarial. Dicha información queda sintetizada en informes, dando pie a que los alumnos y alumnas pongan en práctica diversas competencias:

- **Competencia en comunicación**, cuando los informes se realizan en pequeños grupos de alumnos y deben exponerse oralmente al resto de compañeros.
- **Autonomía e iniciativa empresarial**, al desarrollar y evaluar informes con responsabilidad y sentido crítico.

Por otro lado, en la unidad también se aborda la necesidad de dirigir las empresas desde postulados éticos que den lugar al consenso entre todos los grupos relacionados con la actividad empresarial. Este tema es propicio para contribuir al desarrollo de la **competencia en investigación y ciencia, y la competencia social y ciudadana**, al comprender la realidad social en la que se vive.

**BLOQUE TEMÁTICO VII: LA FUNCIÓN FINANCIERA****UD 12: LA FINANCIACIÓN DE LA EMPRESA.**

Una de las funciones que se realizan en el seno de la empresa es la función financiera. Su objetivo consiste, básicamente, en captar recursos monetarios para aplicarlos a las operaciones que se efectúan en la empresa. De las decisiones que se adopten sobre financiación dependerá el equilibrio financiero y la Cuenta de Resultados. Si el responsable de la función financiera elige la vía de la financiación con fondos ajenos, el resultado financiero se verá deteriorado; si por el contrario plantea a los propietarios un aumento de capital, estos esperarán en el futuro unos mayores dividendos. Lo ideal sería alcanzar una estructura financiera óptima, que permitiese acometer todas las inversiones, sean de funcionamiento o sean permanentes, de tal forma que el coste global para la empresa sea mínimo. El conseguir acercarse a tal estructura dependerá de la experiencia del gestor, de la evolución del entorno y de la presión de los propietarios de la sociedad.

**OBJETIVOS**

1. Clasificar las fuentes financieras según la propiedad de los recursos, según el tiempo de permanencia en la empresa y según su procedencia.
2. Conocer cómo se constituye el capital inicial en una sociedad y diferenciar en una sociedad anónima entre capital suscrito y capital desembolsado.
3. Explicar el proceso de ampliación de capital que se lleva a cabo en una sociedad anónima.
4. Distinguir las diferentes formas de valoración que puede tener una acción de una empresa en general y de una sociedad anónima en particular.
5. Conocer los efectos económicos y políticos que sufren las acciones antiguas cuando se produce una ampliación de capital.
6. Explicar la autofinanciación como fuente de financiación interna, identificando sus tipos y reconociendo sus ventajas e inconvenientes.
7. Describir las fuentes de financiación ajena a corto y a medio y largo plazo.
8. Analizar las diferencias que existen entre acciones y obligaciones.
9. Conocer los elementos fundamentales del sistema fiscal español y los diferentes tributos que existen.
10. Explicar los elementos básicos que están definidos en todos los tributos.
11. Clasificar los impuestos según se establece en los presupuestos del Estado y según su progresividad.

**CONTENIDOS****CONCEPTOS**

Las fuentes de financiación de las empresas.

La constitución del capital inicial: capital suscrito y capital desembolsado.

**DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA**

Las ampliaciones del capital social y las diferentes formas de valoración de las acciones.

La prima de emisión y el derecho de suscripción preferente.

La autofinanciación por mantenimiento y la autofinanciación por enriquecimiento.

La financiación ajena a corto plazo: el crédito comercial, préstamos y créditos bancarios, el descuento comercial y el *factoring*.

La financiación ajena a medio y largo plazo: la emisión de obligaciones, los créditos y el arrendamiento financiero.

El sistema fiscal: los tributos, los elementos básicos de los tributos y la clasificación de los impuestos.

**PROCEDIMIENTOS**

Clasificación de las fuentes financieras según la propiedad de los recursos, según el tiempo de permanencia en la empresa y según su procedencia.

Análisis de un Balance de una SA que ponga de manifiesto la existencia de capital suscrito y capital desembolsado.

Distinción entre las diferentes formas de valoración de una acción.

Realización de casos prácticos de cálculo de la prima de emisión en una ampliación de capital.

Realización de casos prácticos de cálculo del derecho de suscripción preferente que se genera en una ampliación de capital.

Distinción entre la autofinanciación por mantenimiento y la autofinanciación por enriquecimiento.

Explicación de las fuentes de financiación ajena a corto y a medio y largo plazo.

Análisis de las diferencias que existen entre acciones y obligaciones.

Explicación del sistema fiscal español, de los tributos y de los conceptos tributarios básicos.

**ACTITUDES**

Ser conscientes de la importancia que tiene una buena gestión financiera para la supervivencia de la empresa.

Valoración del papel de las instituciones públicas para garantizar que el capital de las empresas tenga un verdadero respaldo económico.

Ser conscientes de la importancia que tiene la autofinanciación como fuente financiera de las pymes.

Actitud crítica ante aquellas situaciones en las que una excesiva presión por parte de los acreedores financieros no permite llevar a cabo una adecuada gestión de los negocios.

Postura favorable ante las ayudas financieras que facilitan determinadas instituciones públicas para que se puedan poner en marcha proyectos empresariales.

Ser conscientes de la necesidad de los ingresos públicos como principal fuente financiera utilizada para acometer los diversos gastos de las administraciones públicas.

**CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

1. Explicar el proceso de ampliación de capital que se lleva a cabo en una sociedad anónima y explicar en qué consiste la prima de emisión y el derecho de suscripción preferente.
2. Señalar las principales características de la autofinanciación.
3. Describir las fuentes de financiación ajena a corto y a medio y largo plazo.
4. Identificar las diferencias que existen entre acciones y obligaciones.
5. Analizar los tributos y sus elementos básicos.
6. Conocer el descuento comercial como fuente de financiación ajena a corto plazo.

**DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA**

7. Diferenciar capital suscrito de capital desembolsado.

**DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS**

Las competencias que se desarrollaran principalmente en esta unidad didáctica son:

- La competencia de **comunicación** y de **tratamiento de información y competencia digital**, al utilizar recursos como la prensa, internet, información de bancos etc., como fuente de información, así como al desarrollar las actividades que obligarán a alumnos y alumnas a expresarse con rigor utilizando el lenguaje técnico financiero propio de la empresa, lo cual les permitirá enfrentarse a una realidad tan importante como son los mercados financieros.

**UD 13: LAS INVERSIONES DE LA EMPRESA.**

Dentro de las actividades que habitualmente se desarrollan en el seno de una empresa, hay una de enorme importancia: la realización de inversiones. La capacidad de competir dentro de los mercados depende de varios factores; entre ellos están los medios de producción que la empresa posea para fabricar sus productos, ya que es fundamental que estos medios de producción permitan conseguir los menores costes posibles por unidad de producto. Para conseguir esta meta es preciso establecer una política empresarial volcada hacia el mantenimiento de unas instalaciones en perfecto estado de funcionamiento, y orientada hacia la necesaria renovación, y, si fuese necesario, la ampliación de la capacidad productiva instalada, ya que en caso contrario, con instalaciones obsoletas o en mal estado, la supervivencia de la empresa será un objetivo imposible de conseguir.

**OBJETIVOS**

1. Diferenciar entre lo que es una inversión económica, relacionada con la estructura productiva, y una inversión financiera, relacionada con los activos financieros.
2. Clasificar los diferentes tipos de inversión en función de la aplicación que tengan dentro del sistema productivo.
3. Conocer los factores económicos y técnicos que condicionan la realización de una inversión.
4. Entender la utilidad que tienen las matemáticas financieras para el análisis de inversiones.
5. Distinguir los métodos de selección de inversiones financieros de aquellos otros métodos que no tienen en cuenta el deterioro del dinero por el transcurso del tiempo.
6. Saber utilizar el criterio del valor actual neto para decidir realizar o no una inversión y para seleccionar entre una serie de inversiones aquella que es más conveniente para la empresa.
7. Conocer los criterios de selección de inversiones que no tienen en cuenta el deterioro de los flujos monetarios por el transcurso del tiempo.
8. Analizar las ventajas e inconvenientes que tiene cada uno de los criterios de selección de inversiones.
9. Diferenciar entre el riesgo, la liquidez y la rentabilidad de una inversión en activos financieros.
10. Clasificar los mercados financieros y definir las principales características de cada uno de ellos.

**CONTENIDOS****CONCEPTOS**

Las decisiones de inversión. Las inversiones económicas y las inversiones financieras.

La equivalencia de capitales en el tiempo.

El criterio del valor actual neto (VAN).

**DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA**

Los criterios estáticos de selección de inversiones: el criterio del plazo de recuperación y el criterio del flujo neto total.

Ventajas e inconvenientes de los diferentes criterios de selección de inversiones.

El sistema financiero: los activos financieros.

Los mercados financieros y los intermediarios financieros.

**PROCEDIMIENTOS**

Clasificación de las inversiones en función de su aplicación.

Análisis de los diferentes condicionantes económicos y técnicos de una inversión.

Realización de casos prácticos de cálculo sobre proyecciones de capitales financieros a lo largo del tiempo.

Clasificación de los métodos de selección de inversiones financieros y no financieros.

Explicación del criterio del valor actual neto (VAN) de selección de inversiones.

Descripción de los criterios estáticos de selección de inversiones.

Diferenciación entre liquidez, riesgo y rentabilidad de una inversión financiera.

Clasificación de los mercados financieros.

**ACTITUDES**

Ser conscientes de la necesidad que tienen las empresas de invertir para garantizar su competitividad.

Ser conscientes de que los criterios matemáticos deben ser complementados con la valoración subjetiva de quien debe adoptar la decisión última de invertir.

Ser conscientes de la existencia de riesgo a la hora de abordar determinadas inversiones en entornos políticamente inestables.

Valoración de la importancia que tiene la existencia de unos mercados financieros regulados para garantizar la transparencia en su funcionamiento.

**CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

1. Aplicando los conocimientos adquiridos sobre el criterio del valor actual neto (VAN), seleccionar entre varias inversiones aquella que más conviene.
2. Señalar las principales ventajas e inconvenientes de cada criterio de selección de inversiones.
3. Seleccionar entre varias inversiones aquella que según el plazo de recuperación sea más interesante.

**DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS**

Esta unidad está muy relacionada con el **tratamiento de la información y la competencia digital**. Por ejemplo, es posible trabajar la resolución de los ejercicios a través de una hoja de cálculo. Sin embargo, primero convendría que los alumnos realizaran las operaciones de forma manual, para que comprendan la esencia de lo que se está calculando; después las actividades pueden rehacerse utilizando herramientas informáticas que facilitan su cálculo. También se puede utilizar internet para obtener información relacionada con el coste del capital y los tipos de interés, tan presentes en toda la unidad didáctica.

Como en todas las unidades didácticas de esta materia, se sigue desarrollando la **competencia de autonomía e iniciativa personal**, pues seguimos trabajando con los alumnos las características y habilidades que han de poner en práctica para que en el futuro dispongan de las herramientas adecuadas para acometer con éxito sus proyectos y que puedan llegar a emprender sus propios negocios.

**BLOQUE TEMÁTICO VIII: PROYECTO EMPRESARIAL****UD 14: EL PROYECTO EMPRESARIAL.**

**DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA**

La creación de una empresa constituye un proceso de alta complejidad en el que se deben prever muchos y diversos aspectos esenciales. Por ello, desde un punto de vista didáctico, esta unidad tiene un gran valor, ya que en ella se repasan todos los contenidos del curso de forma aplicada.

Con esta unidad, hay que hacer ver a los alumnos que la actividad empresarial es tan creativa como puede ser la de cualquier artista, ya que nace desde la capacidad de plantearse nuevas necesidades o nuevas soluciones ante realidades teóricamente ya creadas, es decir, desde la imaginación. La imaginación entendida en el sentido moderno como capacidad de creación es una de las cualidades más características del ser humano. En nuestro tiempo, la imaginación, imprescindible en cualquier proceso creativo, ha logrado llevar el progreso del ser humano hacia cotas antes insospechadas.

Además, en esta unidad deben aplicarse con rigor unos conocimientos teóricos que constituyen la base de la actividad empresarial, en la que, como en todo proyecto, es necesaria la iniciativa combinada con una férrea voluntad de ejecución, un talante flexible ante un entorno cambiante y una gran capacidad humana para empatizar tanto con los miembros del equipo, como con los clientes.

Así, la combinación de creatividad con rigor y esfuerzo es la base de la actividad humana. La creatividad aporta posibilidad de generar un mundo diferente, el rigor y el esfuerzo aportan los medios para lograr lo soñado. Cualquiera de estas cualidades es esencial, sería imposible avanzar sin alguna de ellas.

En el plan de empresa debe ser imaginativo y viable. Debe hacerse con rigor formal, pero al mismo tiempo, debe mostrar la imaginación y flexibilidad características de un grupo o un individuo un emprendedor. La realización de un plan de negocio por parte de los alumnos, por tanto, tendrá una doble utilidad. Por un lado, permitirá recapitular todos los conocimientos adquiridos a lo largo del curso y por otro, demostrará la dificultad y el reto que supone ser empresario.

**OBJETIVOS**

1. Conocer e identificar los factores que favorecen la creación empresarial, así como las cualidades de los emprendedores.
2. Conocer, diferenciar e identificar las diferentes fuentes de nuevas ideas y de yacimientos de empleo.
3. Valorar el carácter creativo de los empresarios y los emprendedores, así como la importancia de la constancia, el esfuerzo y los conocimientos para llevar con éxito cualquier actividad que uno se proponga.
4. Reflexionar críticamente sobre el papel de los empresarios, sus aportaciones a la sociedad y la importancia que tienen en el tejido económico de una sociedad.
5. Entender el concepto de creatividad aplicado al mundo empresarial y a la creación de negocios.
6. Diferenciar los pensamientos divergente y convergente como elementos necesarios en cualquier actividad.
7. Conocer y aplicar diferentes técnicas de pensamiento divergente como fuente de creatividad.
8. Entender la finalidad del plan de empresa.
9. Conocer las diferentes fases del plan de empresa, reflexionando sobre la importancia de cada uno de ellos.
10. Realizar un pequeño proyecto de plan de empresa adecuado a las condiciones y conocimientos de los alumnos.
11. Buscar información en internet y otros medios de comunicación referida a los mercados para aplicarla a los proyectos de empresa.
12. Conocer las ventajas e inconvenientes de las diferentes formas de empresa, así como las obligaciones administrativo fiscales que suponen para crear una empresa.

**CONTENIDOS****CONCEPTOS**

La figura del emprendedor.

Factores favorecedores para la creación empresarial

Cualidades del emprendedor.

Orígenes y nuevas oportunidades de negocio (NYD).

La creatividad en la creación de empresas.

Pensamiento convergente y divergente.

Técnicas de pensamiento creativo

**DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA**

El plan de empresa. Concepto, importancia y fases.

La forma jurídica en la empresa concreta.

La S. L. N .E.

Obligaciones administrativas y fiscales para la creación de empresas

**PROCEDIMIENTOS**

Elaboración de esquemas de los aspectos más relevantes necesarios para la creación de un proyecto empresarial.

Exponer oralmente y por escrito una idea de negocio que resulte convincente.

Interpretar y analizar los datos de diversas fuentes de información para analizar las necesidades del mercado y detectar, de este modo, posibilidades de negocio.

Realizar diferentes técnicas de pensamiento divergente creativo para favorecer la imaginación en la búsqueda de nuevas ideas de negocio.

**ACTITUDES**

Valorar críticamente los aspectos creativos e imaginativos en el ámbito empresarial.

Valorar las aportaciones aparentemente diferentes del resto de los compañeros.

Reflexionar críticamente sobre las cualidades de los emprendedores y realizar esa reflexión en el ámbito personal.

Fomentar las actitudes originales fundamentadas en el rigor y la constancia.

**CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

1. Señalar los factores más importantes que favorecen la creación empresarial, así como las cualidades de los emprendedores.
2. Mencionar diferentes fuentes de nuevas ideas y de yacimientos de empleo, reconociendo su importancia y valor.
3. Aplicar el concepto de creatividad al mundo empresarial y de creación de negocios, empleando los pensamientos divergente y convergente como elementos necesarios en cualquier actividad.
4. Diferenciar las distintas fases del plan de empresa.
5. Evaluar las ventajas e inconvenientes de las diferentes formas de empresa, saber elegir una en función de cada modelo de negocio y conocer las obligaciones fiscales de una empresa.

**DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS**

En esta unidad, se trabajan de forma especial las siguientes competencias básicas:

–**Comunicación** y de **tratamiento de información**. La utilización de información de la prensa y otros medios de comunicación para ver las ideas de diferentes empresas ayudará a tratar la información como base del conocimiento. Por otro lado, el desarrollo de actividades de diálogo y debate permitirán el desarrollo de la comunicación lingüística con rigor y respeto.

–La competencia de **autonomía personal** se desarrolla a través de varios epígrafes en los que se muestra la importancia que tienen las tareas de planificación, control e imaginación en las actividades personales de cara a conseguir unos objetivos concretos. La idea de un proyecto empresarial constituye un eje de aplicación de lo aprendido que ayudará a los alumnos a realizar trabajos creativos en otros ámbitos personales.

**6. TEMPORALIZACIÓN DE LOS CONTENIDOS**

1º TRIMESTRE

U.D. 1, El papel de la empresa en la economía .....	4 h
U.D..2, Clases y formas de empresas .....	7h
U.D. 3, Entorno de la empresa y estrategia empresarial.....	5h
UD 4: El desarrollo de las empresas .....	7h
UD 7: La función productiva de la empresa. Productividad, eficiencia e innovación .....	10h

**DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA****2º TRIMESTRE**

UD 9:El patrimonio y las cuentas de la empresa .....	6 h
UD 10: Análisis financiero de la empresa.....	15 h
UD 11: Análisis económico y social de la empresa.....	11 h
UD 12: La financiación de la empresa. ....	8 h
UD 13: Las inversiones de la empresa.....	5 h

**3º TRIMESTRE**

UD 5: Dirección y organización de la empresa.....	4h
UD 6: La dirección de recursos humanos.....	3h
UD 8: La función comercial de la empresa. El marketing MIX.....	8h
UD 14: El proyecto empresarial. ....	2h

**7. CRITERIOS DE EVALUACIÓN :**

1. Conocer e interpretar los diversos elementos de la empresa, sus tipos, funciones e interrelaciones, valorando la aportación de cada uno según el tipo de empresa.
2. Identificar los rasgos principales del sector en el que la empresa desarrolla su actividad y explicar, a partir de ellos, las distintas estrategias, decisiones adoptadas y las posibles implicaciones sociales y medioambientales.
3. Analizar las características del mercado y explicar, de acuerdo con ellas, las políticas de marketing aplicadas por una empresa ante diferentes situaciones y objetivos.
4. describir la organización de una empresa y sus posibles modificaciones en función del entorno en el que desarrolla su actividad, identificando las técnicas básicas para la gestión de recursos humanos y analizando los cambios que están influyendo en su estructura y organización.
5. determinar para un caso sencillo la estructura de ingresos y costes de una empresa y calcular su beneficio y su umbral de rentabilidad.
6. Diferenciar las posibles fuentes de financiación en un supuesto sencillo y razonar la elección más adecuada.
7. Analizar y evaluar distintos proyectos de inversión sencillos y justificar razonadamente la selección de la alternativa más ventajosa.
8. Identificar los datos más relevantes del Balance y de la cuenta de Pérdidas y Ganancias, explicar su significado y diagnosticar su situación a partir de la información obtenida y proponer medidas para su mejora.
9. Analizar situaciones generales de empresas reales o imaginarias e informaciones del ámbito empresarial internacional, nacional o local utilizando diversas fuentes y recursos materiales y las tecnologías de la información.
10. Diseñar y planificar un proyecto empresarial simple, con actitud emprendedora y creatividad, evaluando su viabilidad y haciendo uso en su caso, de las TICs.
11. Analizar la realidad actual del tejido empresarial canario, los condicionantes del entorno en el que actúa la empresa insular y los mecanismos de adaptación estratégica que le imponen el desarrollo tecnológico y la competencia.

**8. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS Y DIDÁCTICAS**

Partiendo del nivel de desarrollo del alumno y de sus conocimientos previos, aplicaremos el principio de individualización. Para ello es imprescindible el conocimiento del nivel de partida del alumnado, información aportada por la evaluación inicial.

La necesidad de construcción de aprendizajes significativos, metodología activa y participativa, siendo el alumno protagonista de su propio aprendizaje. Se desarrollará la capacidad de aprender a aprender.

Tratar de posibilitar que los alumnos realicen aprendizajes significativos por sí solos, es decir, que sean capaces de aprender a aprender por sí mismos (metodología del descubrimiento), y trabajar en equipo. El profesor actuará como un mero intermediario en el proceso de enseñanza- aprendizaje.

Los contenidos serán funcionales, es decir, relevantes para los alumnos y aplicables a su realidad práctica en función del contexto en el que se encuentre el alumnado.

Vinculación de teoría y práctica: conexión con el entorno productivo.

Exponer con claridad y organización: Se presentará información anticipatoria que facilite el posterior aprendizaje y que sirva de guía para todos los contenidos específicos posteriores. Durante el proceso de explicación, se crean situaciones al alumno que le obligan a reflexionar, clasificar, ordenar y relacionar la información que va recibiendo. En este sentido se avanzará de lo particular a lo general.

La exposición de las líneas generales a seguir para el desarrollo será el punto de partida de cada unidad.

Iniciaremos la exposición de la unidad con un esquema de los contenidos, que desarrollaremos con retroproyector o pizarra.

A continuación realizaremos unas preguntas, con la intención de conocer el nivel de conocimientos previos que el alumno posee.

Para la introducción de los contenidos conceptuales se utilizará el método expositivo y demostrativo para motivar y despertar en el alumno el interés por los temas que se le presentan, dando instrucciones claras, precisas y resaltando los puntos más importantes. Para afianzar esos conocimientos se utilizará el método activo-participativo-interrogativo.

El proceso de aprendizaje se completará con la realización de diferentes actividades para apreciar la capacidad para razonar, interpretar y aplicar conceptos.

Para alcanzar las actitudes se distribuirán los alumnos en el aula de tal manera que los alumnos puedan estar unos frente a otros cuando hablen o expongan sus opiniones, para ello se utilizarán los siguientes métodos:

- Exposiciones en público.
- Diálogos, discusiones, mesas redondas u otras técnicas de estudio activo.

Se favorecerá el trabajo de las unidades y su autonomía en el aprendizaje, así como la indagación, basándose en la recogida y análisis de la información obtenidas de las distintas fuentes en relación con el tema tratado.

Se plantearán problemas o cuestiones próximas al entorno, como noticias de los medios de comunicación y que sean motivadoras para que su aprendizaje sea significativo.

En la exposición de las unidades se plantearán cuestiones y planteamientos que desemboquen en la obtención de algunas conclusiones relevantes en relación con el problema trabajado y en su comunicación ordenada y clara.

Se procurará que la preparación de las unidades, así como la resolución de las diversas cuestiones planteadas sean realizadas en grupo de varios alumnos, cuando el profesor/a lo crea conveniente, que favorezcan el trabajo cooperativo, en la que el trabajo se realiza en común por un grupo de alumnos, de forma que las tareas se desarrollan en equipo y el resultado y aprendizaje final de cada uno depende tanto de su trabajo como de la labor del resto de los miembros del equipo del intercambio entre iguales y la reflexión sobre el propio proceso de aprendizaje, lo que supone fomentar el trabajo en equipo como

**DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA**

forma de relación laboral relacionada con su futura incorporación al mercado laboral.

En esta materia, especialmente, se proporcionará al alumnado un contacto con la diversidad de enfoques, escuelas y tratamientos de la ciencia económica y se presentará la aportación de otras ciencias sociales. Se proporcionará un conjunto de términos y esquemas conceptuales. Con la ayuda de transparencias por parte de el/la profesora para abordar los problemas económicos, seleccionando la información relevante, tratándola, ordenándola valorándola.

Por otra parte, la economía desempeña un papel importante en la configuración de valores y actitudes, con clara influencia en los individuos y grupos, adquieren especial importancia la actitud crítica ante las injusticias y desigualdades económicas, la importancia de la conservación del medio natural para mejorar la calidad de vida, el rechazo del consumismo. También hay que considerar la incorporación de la mujer al trabajo, ocupando un espacio en la sociedad contemporánea y en el mundo laboral, por lo tanto se plantearán cuestiones que fomenten estos puntos.

**9. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD**

Ver apartado programación de ECONOMÍA

**10. ACTIVIDADES DE LA EVALUACIÓN****➤ ¿QUÉ?**

La evaluación constituirá el procedimiento de diagnóstico integrado en la acción educativa que permitirá:

- Comprobar y estudiar los progresos realizados por el alumnado.
- Contrastar la adecuación de la programación y de las actividades de enseñanza- aprendizaje desarrolladas.
- Contrastar la adecuación de la labor del docente como dinamizador y orientador del proceso.

La información obtenida a través del proceso de evaluación deberá ser válida y fiable y permitirá formarnos juicios que sirvan como base para la toma de decisiones y reorientar, en su caso, los procesos de enseñanza- aprendizaje.

**➤ ¿CUÁNDO?**

La evaluación se realizará **a lo largo de todo el proceso de enseñanza- aprendizaje**, teniendo por lo tanto carácter continuo. Con este fin, esta programación considerará que las actividades de enseñanza- aprendizaje lo sean también, de forma simultánea, de evaluación.

Las **técnicas** que van a ser utilizadas a lo largo del curso en la evaluación continua son:

- La observación directa, en atención a las capacidades y contenidos actitudinales, en relación a la asistencia regular a clase, puntualidad, la observación y el análisis de dinámicas de grupo, así como la atención al grado de adquisición por los alumnos de las distintas capacidades requeridas.
- Observación indirecta, recogida de las producciones de los alumnos, ejercicios de cada tema, el análisis de trabajos y tareas, etc.

**➤ ¿CON QUÉ INSTRUMENTOS?**

A continuación se proponen los distintos **procedimientos e instrumentos de evaluación** clasificados sobre la tipología de los contenidos.

**Contenidos conceptuales**

- Evaluación de los conocimientos previos por medio de cuestionarios y posterior comentario de los mismos, diálogos con el grupo clase... .
- Trabajos individuales y de grupo.

**DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA**

- Exposiciones orales de los trabajos realizados.
- Pruebas objetivas ya sean escritas u orales. A lo largo o al final del curso podrán realizarse pruebas escritas de largo desarrollo.

**Contenidos procedimentales.**

- Cuestionarios.
- Pruebas, ya sean escritas o prácticas de respuesta única, verdadero o falsa de selección múltiple...
- Supuestos prácticos simples y globalizados.
- Descripciones orales de los procedimientos y de trabajos realizados individualmente o en grupo.

**Contenidos actitudinales.**

- Trabajos individuales y grupales.
- Debates y coloquios.
- Listados de asistencia y puntualidad

A fin de desarrollar los contenidos previstos en cada Unidad Didáctica, el profesor dedicará una parte de cada sesión de clase a exponer los conceptos fundamentales, propiciando la participación del alumnado mediante preguntas y animando a emitir opiniones sobre el tema en cuestión. Con el propósito de afianzar los contenidos, se propondrá al alumnado la realización de las actividades previstas en cada Unidad Didáctica del libro del alumno.

El desarrollo de los procedimientos y las actitudes se realizará con actividades que requieran una alta participación del alumnado. En concreto se propondrá al alumnado el análisis y el posterior comentario de artículos periodísticos relacionados con temas económicos. Dicha actividad servirá también para la evaluación de los contenidos relacionados

**11. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN:**

La evaluación de la materia de Economía de la empresa depende de cada bloque de contenidos. En general las pautas a seguir son: ( ver programación de la materia de ECO)

**VALORACIÓN PORCENTUAL.**

PAUTAS a) y b) Conceptuales y Procedimentales (70% pruebas+ 20% trabajo de clase) 90 %

PAUTAS c), d), e), f) y g) que son Actitudinales 10%

Nota: Para superar la evaluación ha de tenerse superadas el 50% del valor de las pautas c, e, f, d y g; y al menos el 50% del valor de las pautas a y b.

**Calificaciones:**

Los resultados de la evaluación se expresarán de la siguiente forma, siempre de forma numérica.

- Igual o superior a 5 se considerará positiva.
- Inferior a 5 puntos se considerará negativa.

Habrà de tenerse en cuenta que la asistencia regular a clase y a las diferentes actividades que se programan es un requisito indispensable para la evaluación y calificación continuas en función de lo que establezca el Reglamento de Régimen Interior del centro.

**Para superar la materia, los alumnos deberán obtener una calificación positiva en los tres contenidos de forma que no podrán aprobar, por ejemplo, si superan los contenidos procedimentales pero no los otros dos y viceversa.**

**DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA**

En cada trimestre se realizarán pruebas objetivas parciales pudiendo entrar en cada examen toda la materia dada hasta ese momento. Siendo la calificación de cada evaluación, el resultado de la obtención de la media de las notas obtenidas durante la evaluación. Para poder aplicar dicha media deberá obtenerse una calificación en las diferentes pruebas de, al menos 4.

Para calificar la segunda y la tercera evaluación se tendrán en cuenta las calificaciones obtenidas en las evaluaciones anteriores.

Además, el departamento acuerda descontar 0.1 punto por cada falta grave de ortografía y 0.05 por cada falta leve.

No obstante, el alumnado que no haya logrado superar la asignatura mediante la evaluación continua, o bien haya perdido el derecho a la misma por acumulación de faltas injustificadas, podrá hacerlo en una prueba extraordinaria a final de curso. Prueba que deberá superarse con una calificación igual o superior a 5

**12. CRITERIOS DE PROMOCIÓN**

Para poder promocionar y superar la asignatura, se tendrá en cuenta la calificación obtenida en el tercer trimestre la cual deberá ser positiva.

En el caso de que el alumno no obtenga una calificación positiva en la materia en la tercera evaluación deberá presentarse a una prueba extraordinaria en el mes de septiembre de toda la materia, en la cual deberá obtenerse como calificación al menos un 5.

Se exigirá alcanzar los siguientes contenidos mínimos:

1. La empresa: Concepto, elementos y funcionamiento. La empresa como sistema.	2. La tecnología. La productividad
3. Criterios de clasificación de empresas.	4. Los costes de producción. El umbral de rentabilidad de la empresa o punto muerto.
5. La forma jurídica de la empresa.	6. La planificación
7. Funciones de la empresa en la economía de mercado.	8. Concepto y clases de mercado. La investigación comercial. La segmentación de mercados.
9. El empresario: función y características. Distintas teorías sobre el concepto de empresario.	10. El marketing-mix.
11. La responsabilidad social de la empresa y la ética empresarial.	12. Estructuras organizativas. El organigrama.
13. Concepto de dirección y niveles directivos. Estilos de dirección. Dirección y liderazgo.	14. La gestión de los recursos humanos: concepto, objetivos de la dirección de RRHH y actividades.
15. El proceso de decisión.	16. La dimensión de la empresa.
17. Concepto de financiación y tipos de fuentes, medios y recursos financieros.	18. El crecimiento de la empresa.
19. La financiación externa y la financiación interna.	20. Concepto de patrimonio. Clasificación. Elementos. Masas. Valoración.
21. Concepto y tipos de inversiones.	22. Situaciones y equilibrios patrimoniales: fondo de maniobra.
23. Los ciclos de la actividad e la empresa y el periodo medio de maduración	24. Las cuentas anuales: el Balance de situación, la cuenta de Pérdidas y Ganancias y la Memoria.
25. Métodos dinámicos de selección de inversiones: VAN.	26. Análisis financiero del patrimonio: principales ratios financieros.
27. La función de producción: concepto y clasificación de las actividades productivas.	28. Análisis económico.

**1. ESTRATEGIAS DE ANIMACIÓN A LA LECTURA**

Durante el curso se van a realizar las siguientes actividades encaminadas a incentivar la lectura en los alumnos y desarrollar la expresión y comprensión oral y escrita:

- \_ Lectura de una noticia de prensa diaria relacionada con la Economía de la empresa y recopilada por el alumno, que deberá seleccionarla y explicarla en el aula.
- \_ Lectura de prensa especializada en clase, a través de dos procedimientos: artículos proporcionados por el profesor o sugeridos por los alumnos en su actividad diaria.

**2. RECURSOS DIDÁCTICOS**

❖ **TEXTO RECOMENDADO:** : “ECONOMÍA DE LA EMPRESA 2”

- **AUTORES:** ANDRÉS CABRERA Y ENRIQUE LLUCH.  
EDT.: SM.

❖ **TEXTO AUXILIAR:** :”ECONOMÍA DE LA EMPRESA.”

EDT:M.G.H. y editorial Santillana

- Presentaciones de la propia editorial y de elaboración propia.
- Pizarra digital
- Fotocopias de artículos de prensa diaria y especializada .
- Reportajes sobre temas de economía.
- Reportajes sobre temas de economía., información estadística, anuarios económicos