

INDICE GENERAL

1. Objetivos.....	2
2. Contenidos.....	10
3. Metodología.....	12
4. Evaluación.....	13
5. Medidas de atención a la diversidad y las adaptaciones curriculares para los alumnos que las precisen.....	17
6. Estrategias de animación a la lectura y el desarrollo de la expresión y comprensión oral y escrita.....	18
7. Utilización de las tecnologías de la sociedad de la información.....	18
8. Actividades complementarias y extraescolares.....	18

Instrucciones:

1º En el encabezado colocar PD-CURSO (p.e. PD-1CYT) y MATERIA (MATEMÁTICAS)

2º Completar todos los apartados de la programación

3º Una vez completada la programación: con el botón derecho sobre cualquier espacio del Índice General > Opción Actualizar campos > Opción Actualizar sólo números de página

4º Guardar como: PD_CURSO_MATERIA (p.e PD_1CYT_MATEMATICAS)

1. Objetivos.

La enseñanza de la Economía de la empresa en el bachillerato tendrá como finalidad el desarrollo de las siguientes capacidades:

1. Analizar las características más relevantes de los distintos tipos de empresas e identificar sus funciones, objetivos y organización, valorando de manera especial los problemas económicos y financieros básicos a los que se enfrentan las pequeñas y medianas empresas.
2. Identificar los elementos más importantes de los distintos sectores de la actividad y explicar, a partir de ellos, las principales estrategias adoptadas por las empresas.
3. Apreciar el papel de las empresas en la satisfacción de las necesidades de los consumidores y en el aumento de la calidad de vida y bienestar de la sociedad, así como elaborar juicios o criterios personales sobre sus disfunciones.
4. Valorar la importancia que, para las empresas y la sociedad, tienen la investigación, las innovaciones tecnológicas y la implantación, de manera generalizada, de las tecnologías de la información y la comunicación.
5. Analizar las distintas políticas de marketing que adoptan las empresas según los mercados a los que se dirigen, valorando los límites éticos que dichas políticas deben considerar. Comprender la necesidad de adoptar un marketing social para que los objetivos de la empresa sean compatibles con los de la sociedad, aumentando su bienestar.
6. Tomar decisiones, a partir del análisis de una situación real o imaginaria, entre diferentes alternativas que se puedan plantear en el ámbito de diversas áreas funcionales de la empresa.
7. Interpretar, de modo general, estados de cuentas anuales de empresas, identificando sus posibles desequilibrios económicos y financieros, y proponer medidas correctoras.
8. Identificar las consecuencias que tiene la globalización de la economía para las empresas y la sociedad y las posibles líneas de conducta que se deben adoptar frente al fenómeno, adquiriendo conciencia de las desigualdades y efectos que el mismo genera. Estudiar el fenómeno en las empresas de la comunidad autónoma.
9. Analizar las consecuencias que, para el medio ambiente, la sociedad y las personas, tienen las conductas y decisiones de las distintas empresas.
10. Analizar el funcionamiento de organizaciones y grupos en relación con la aparición y resolución de conflictos.
11. Comprender de manera clara y coherente y valorar críticamente informaciones sobre hechos relevantes del ámbito empresarial internacional, nacional y local.
12. Considerar las tecnologías de la información y la comunicación como fuente de ventaja competitiva para las empresas que las utilizan y reconocerlas como generadoras de creatividad e innovación.
13. Mostrar iniciativa, autonomía personal y participación activa en el diseño, la planificación y la organización de un sencillo proyecto empresarial.

UNIDAD 1.- LA EMPRESA

- Entender la naturaleza de la actividad económica.
- Identificar los aspectos básicos de la organización económica que soluciona la empresa, así como las funciones que desarrolla la empresa en la economía de mercado.
- Conocer las diferentes áreas funcionales de la empresa y clasificar las actividades que se realizan dentro de la empresa según estas áreas.
- Describir el funcionamiento económico de la empresa y el ciclo de producción que se desarrolla en ella.
- Reconocer los diferentes componentes de la empresa, aplicándolos a la realidad de empresas concretas.
- Describir la creación de utilidad a través de la cadena de valor de la empresa.
- Relacionar los diferentes agentes económicos y los mercados como mecanismos de coordinación.
- Diferenciar los diferentes tipos de mercado atendiendo a su competencia.
- Clasificar y distinguir los diferentes grupos sociales relacionados con la empresa, así como los objetivos que persiguen dentro de ella, y relacionarlos con los distintos objetivos que se plantean en la empresa.
- Distinguir las diferentes teorías sobre el empresario y la empresa a lo largo de la historia y relacionarlas entre sí.
- Valorar la figura del empresario sin prejuicios y de acuerdo con la realidad actual.
- Conocer los aspectos necesarios para elaborar el balance ético de una empresa.

UNIDAD 2.- CLASES DE EMPRESAS

- Conocer los principales criterios de clasificación de las empresas.
- Aplicar a situaciones reales los principales criterios de clasificación de las empresas.
- Explicar las diferencias y similitudes existentes entre las distintas formas jurídicas de empresa reconocidas por la legislación de nuestro país.
- Analizar las características más relevantes de los distintos tipos de empresas.
- Conocer las empresas de economía social, las personalistas y las capitalistas.
- Elaborar juicios y criterios personales relativos a las distintas formas de empresa.
- Señalar las diferencias de las empresas de economía social respecto a otras formas jurídicas y sus posibles ventajas e inconvenientes.
- Analizar las formas que adopta el capital en los diferentes tipos de empresa.
- Manifestar iniciativa personal, capacidad de organización y eficiencia en los trabajos realizados tanto de forma individual como colectiva.
- Identificar las ventajas y los inconvenientes de cada una de las diferentes formas de empresa estudiadas en la unidad.
- Identificar cuál es la forma de empresa más conveniente para distintos supuestos de negocio con diferentes tamaños y finalidades.
- Analizar las principales empresas de Aragón.
- Analizar los distintos sectores económicos en Aragón.

UNIDAD 3.- EL ENTORNO DE LA EMPRESA

- Identificar y analizar los diferentes factores del entorno de la empresa que condicionan su desarrollo.
- Diferenciar los agentes económicos con los que la empresa interactúa de forma directa.
- Calcular la cuota de mercado que corresponde a una empresa dentro de un sector de actividad.
- Analizar las características más relevantes de un sector y de un mercado en cuanto a su grado de competitividad.
- Conocer el método DAFO como ejemplo de una de las principales herramientas de análisis estratégico empresarial.
- Identificar las etapas del plan estratégico de una empresa.
- Conocer las estrategias básicas que la empresa puede adoptar para alcanzar ventajas competitivas.
- Explicar los ámbitos de responsabilidad de la empresa.
- Comprender que las aportaciones de la empresa al entorno pueden ser positivas o negativas.
- Conocer el marco legal básico de las empresas.
- Conocer las leyes que garantizan el funcionamiento del mercado desde el punto de vista de la competencia.
- Describir los diferentes tipos de tributos y conocer los principales conceptos tributarios.
- Realizar ejercicios simulados del IVA e Impuesto de Sociedades.
- Comprender los beneficios que tiene para la empresa una relación amigable con el entorno.

UNIDAD 4.- DESARROLLO DE LAS EMPRESAS

- Analizar las decisiones estratégicas relativas a la localización y dimensión empresarial.
- Establecer las interrelaciones existentes en la toma de decisión empresarial, entre la localización y la dimensión empresarial.
- Explicar y distinguir los factores que determinan la localización de una empresa industrial de otra comercial y de servicios.
- Describir los criterios que se emplean para medir la dimensión de las empresas.
- Identificar la interrelación existente entre capacidad productiva, ocupación y dimensión empresarial.
- Distinguir las distintas vías que tiene la empresa para crecer y aprovechar las economías de escala.
- Explicar las estrategias de especialización y diversificación como alternativas para lograr el crecimiento de la empresa.
- Analizar la integración vertical junto con las posibilidades que ofrece la subcontratación.
- Explicar las diferentes vías de crecimiento externo a través de la concentración y cooperación empresarial.
- Explicar y comparar las ventajas e inconvenientes de la gran empresa frente a las pymes.
- Conocer las diferentes estrategias de desarrollo de las empresas multinacionales y analizar las ventajas e inconvenientes de su implantación en un país.

UNIDAD 5.- LA INFORMACIÓN EN LA EMPRESA

- Relacionar los componentes del patrimonio con los conceptos de inversión y financiación en la empresa, y entender su significado financiero.
- Conocer el concepto de patrimonio y los elementos que lo componen.
- Diferenciar y clasificar los bienes, derechos y obligaciones de las empresas en masas patrimoniales y deducir, a partir de ellas, el neto patrimonial de las empresas.
- Saber interpretar críticamente diferentes informaciones que a parezcan en los medios de comunicación sobre el resultado de las empresas y de los escándalos y buenas prácticas que se dan en la realidad y que tengan que ver con la forma de dar la información contable.
- Entender qué es el plan general de contabilidad, cuál es su función y de qué principales elementos se compone.
- Conocer y saber interpretar los principales estados contables.
- Hacer casos simples de balances de situación.
- Entender y diferenciar de otros estados contables la cuenta de pérdidas y ganancias, atendiendo a su función y a la información que transmite.
- Distinguir entre los conceptos de resultados de explotación, resultados financieros, resultados extraordinarios y beneficios netos, y entender su significado e importancia para el estudio de la empresa.
- Conocer los principales métodos de valoración de las diferentes masas patrimoniales y valorarlos críticamente como reflejo real del valor de las empresas.
- Identificar la información contable del balance para reconocer la estructura económica y financiera de la empresa y la relación entre ambas.
- 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.
- Analizar con rigor científico los datos de la información económica diaria sobre aspectos financieros.
- Recordar las masas patrimoniales y sus significados, así como saberlos organizar según los criterios contables.
- Entender los diferentes instrumentos de análisis contable y su importancia.
- Entender, calcular e interpretar las principales ratios de información contable.
- Aplicar dichos conceptos a casos de la prensa y de la información dada por los medios de comunicación generales y especializados.
- Conocer las medidas legales ante los desequilibrios financieros.
- Analizar estas situaciones legales en casos dados por los medios de información.
- Entender y calcular el PMM económico financiero.

UNIDAD 6.- LA FUNCIÓN PRODUCTIVA DE LA EMPRESA

- Identificar el área de producción de una empresa y conocer su importancia en las actividades empresariales.
- Diferenciar los distintos sistemas productivos.
- Conocer y diferenciar los conceptos de eficiencia técnica y eficiencia económica.
- Hallar la productividad de un factor y saber interpretar los resultados obtenidos.
- Comprender y calcular los diferentes tipos de coste de una empresa a corto plazo,

- diferenciando entre costes fijos, variables, medios y marginales.
- Analizar, calcular y representar gráficamente los ingresos costes y beneficios de una empresa.
 - Identificar los componentes del coste de la empresa en su proceso de formación, diferenciando entre costes directos e indirectos.
 - Dar respuesta argumentada a la decisión empresarial relativa a producir o comprar.
 - 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.
 - Aplicar los conocimientos adquiridos para argumentar y comprender el punto de equilibrio de una empresa en competencia perfecta.
 - Calcular la productividad, ya sea de un factor o de un factor global.
 - Analizar los resultados obtenidos del cálculo de la productividad.
 - Identificar las causas del crecimiento de la productividad.
 - Valorar la importancia que tiene para la sociedad que en ella se de un incremento de la productividad.
 - Conocer en qué consiste la investigación, el desarrollo y la innovación.
 - Diferenciar entre innovaciones de producto y las de método o técnica.
 - Valorar la importancia que la I+D+i tiene para la sociedad.
 - Reconocer los diferentes costes que genera la gestión de los inventarios en una empresa.
 - Resolver problemas sencillos de gestión de inventarios en la empresa.
 - Conocer las técnicas más habituales de valoración de inventarios en las empresas.
 - Identificar situaciones donde se den externalidades negativas en la producción.
 - Valorar positivamente la ecoeficiencia como nueva forma de gestión de los recursos en la empresa.

UNIDAD 7.- LA FUNCIÓN FINANCIERA

- Conocer y relacionar las diferentes decisiones que debe tomar la empresa desde el punto de vista financiero.
- Entender el concepto de fuente financiera, así como saber qué función cumple en la empresa.
- Entender la importancia del equilibrio entre las diferentes fuentes de financiación, como medida del riesgo financiero de la empresa.
- Conocer lo que es una ampliación de capital, sus diferentes tipos, características y las consecuencias que tiene.
- Entender el concepto de derecho preferente de suscripción, así como saber calcular su valor teórico en casos sencillos.
- Caracterizar el mercado financiero y entender su funcionamiento, determinando los activos y los agentes que intervienen en él.
- Entender el mercado de valores y la bolsa como institución fundamental del mercado financiero.
- Caracterizar y diferenciar las fuentes de financiación según diferentes criterios.
- Reconocer el coste de la fuente financiera, tanto implícito como explícito, los plazos y las condiciones de financiación.
- Diferenciar los títulos de propiedad de los títulos de deuda de las empresas.

- Diferenciar entre inversión económica e inversión financiera, poniendo en relación ambos conceptos.
- Clasificar los diferentes tipos de inversión según su función en la empresa.
- Conocer los criterios de selección de inversiones que no contemplan el cambio de valor de los flujos monetarios por el transcurso del tiempo, analizando ventajas e inconvenientes.
- Apreiciar la utilidad que tienen las matemáticas financieras para el análisis de inversiones.
- Distinguir los métodos de selección de inversiones financieros de los métodos que no tienen en cuenta el cambio del valor del dinero por el paso del tiempo.
- Describir, utilizar y saber interpretar el método de la tasa interna de rentabilidad (TIR) como criterio de selección de inversiones.
- Saber utilizar el criterio del valor actual neto en la selección de inversiones.
- Conocer cada uno de los conceptos que son relevantes en el análisis del criterio del valor actual neto en la selección de inversiones.
- Conocer el concepto de amortización.
- Explicar los distintos tipos de causas que originan la amortización.
- Saber calcular por diferentes métodos la cuantificación de la amortización.
- Comprender la importancia que tiene, para la toma de decisiones, la medición adecuada de la rentabilidad empresarial.
- Afianzar el cálculo de los diferentes tipos de resultados empresariales y analizar la cuenta de pérdidas y ganancias en términos relativos.
- Conocer los distintos tipos de rentabilidad que pueden obtenerse, interpretando su resultado.
- Analizar la relación entre rentabilidad económica, margen sobre ventas y rotación de ventas.
- Comprender la interrelación que existe entre la estructura financiera y la rentabilidad empresarial.
- Realizar informes económico-financieros que aconsejen ante la decisión de financiar nuevas inversiones empresariales.

UNIDAD 8.- LA FUNCIÓN COMERCIAL

- Conocer la evolución del *marketing* desde sus comienzos.
- Comprender las razones que hacen del área comercial de la empresa una de las más importantes de la empresa.
- Entender por qué la función comercial de la empresa es una de la que más recursos consume en toda organización empresarial.
- Analizar los distintos enfoques del *marketing* y reconocer la clase de mercados en los que predomina uno u otro así como la importancia de cada uno de ellos.
- Conocer el proceso de planificación del *marketing* distinguiendo entre *marketing* estratégico y *marketing* operativo.
- Diferenciar entre mercado y demanda, distinguiendo los distintos tipos de mercado que se pueden dar en función de distintas variables.
- Saber calcular la cuota de mercado de una empresa.
- Conocer los objetivos que se plantea la investigación de mercados.
- Distinguir las distintas fases necesarias para realizar una investigación de mercados.

- Conocer y distinguir las distintas fuentes de datos para elaborar una investigación de mercado así los como distintos métodos para obtener información primaria que pueden utilizarse en una investigación de mercados, diferenciando si se trata de técnicas cualitativas o cuantitativas.
- Estudiar las formas en las que se puede segmentar el mercado y los criterios más utilizados para hacerlo.
- Explicar en qué consiste el mercado objetivo.
- Conocer el concepto de posicionamiento de una empresa en el mercado.
- Estudiar cuáles son los componentes de un producto.
- Conocer la diferencia entre producto esencial y sus atributos.
- Conocer las diferencias existentes entre gama y línea de productos.
- Valorar la importancia de establecer una imagen de marca que cree imágenes positivas en el consumidor.
- Analizar el ciclo de vida de cualquier producto.
- Conocer los distintos sistemas existentes para fijar los precios de un bien.
- Estudiar con detalle las distintas políticas de precio que se pueden llevar a cabo.
- Analizar el *mix* de comunicación que puede llevar a cabo una empresa para promocionar sus productos.
- Distinguir, a partir de casos reales y en situaciones concretas, lo que es publicidad, promoción de ventas, fuerza de ventas, relaciones públicas y *marketing* directo.
- Conocer las limitaciones que establece la ley española al uso de la publicidad.
- Diferenciar entre las distintas clases de canales de distribución.
- Clasificar los canales de distribución según el vínculo existente entre los distintos eslabones del canal.
- Explicar cuáles son los criterios que hay para escoger un canal de distribución u otro.
- Conocer las nuevas formas para comunicar el producto que ponen a disposición de las empresas las nuevas tecnologías e identificar sus ventajas y sus puntos débiles.

UNIDAD 9.- LA ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE LA EMPRESA

- Identificar y clasificar las diferentes funciones del área de dirección de la empresa, así como los diferentes niveles de dirección.
- Identificar las fases de la planificación y control entendiendo sus diferentes niveles e importancia, y saber aplicarlas en tareas cotidianas, en cualquier empresa que se desee llevar a cabo.
- Entender y saber identificar los principios de la organización empresarial, apreciando su evolución en el tiempo así como las aportaciones de otras ciencias para conseguir una gestión más eficaz.
- Diferenciar la estructura formal de la informal, aplicándola a la realidad cotidiana y viendo la importancia que tienen ambas en cualquier organización.
- Valorar críticamente las figuras del directivo y el líder dentro de la empresa.
- Saber qué es un organigrama y utilizarlo para describir las estructuras organizativas de las empresas y grupos sociales a los que se pertenece.
- Valorar críticamente el concepto de poder y autoridad desde la responsabilidad.
- Entender el concepto de estructura organizativa y conocer las estructuras más corrientes que se dan en el mundo empresarial, definiendo las ventajas e inconvenientes que tiene cada una

de ellas y las circunstancias que las hacen más deseables, dada la realidad en que se desenvuelven.

- Valorar la importancia que tiene para una empresa contar con un buen equipo de personas que, además, esté motivado para alcanzar los objetivos de la empresa.
- Estudiar las diferentes técnicas de motivación existentes.
- Comprender la importancia de las técnicas de motivación y relacionarlas con los objetivos de la empresa.
- Conocer las diferencias que existen entre un líder y un directivo.
- Identificar las características que debe tener un líder en una empresa.
- Estudiar los factores que se precisan para que el proceso de comunicación dentro de una empresa sea eficaz.
- Explicar las condiciones que deben darse para que la comunicación empresarial logre los objetivos deseados.
- Analizar las condiciones que debe cumplir un nuevo trabajador para que se adapte a la labor que debe realizar en la empresa.
- Conocer la normativa existente en nuestro país sobre la modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo.

UNIDAD 10.- EL PROYECTO EMPRESARIAL

- Conocer e identificar los factores que favorecen la creación empresarial, así como las cualidades de los emprendedores.
- Conocer, diferenciar e identificar las diferentes fuentes de nuevas ideas y de yacimientos de empleo.
- 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.
- 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.
- Entender el concepto de creatividad aplicado al mundo empresarial y a la creación de negocios.
- Diferenciar los pensamientos divergente y convergente como elementos necesarios en cualquier actividad.
- Conocer y aplicar diferentes técnicas de pensamiento divergente como fuente de creatividad.
- Entender la finalidad del plan de empresa.
- Conocer las diferentes fases del plan de empresa, reflexionando sobre la importancia de cada uno de ellos.
- Realizar un pequeño proyecto de plan de empresa adecuado a las condiciones y conocimientos de los alumnos.
- Buscar información en internet y otros medios de comunicación referida a los mercados para aplicarla a los proyectos de empresa.
- Conocer las ventajas e inconvenientes de las diferentes formas de empresa, así como las obligaciones administrativo fiscales que suponen para crear una empresa.

2. Contenidos.

a) Secuenciación a lo largo del curso:

1ª Evaluación :	Unidades	1-2-3
2ª “ :	“ “	5-6-7
3ª “ :	“ “	4-8-9-10

b) Contenidos mínimos para superar la asignatura:

1. *La empresa*

- La empresa y el empresario. Teorías sobre el empresario.
- Elementos de la empresa.
- Funciones y objetivos de la empresa. La creación de valor para el propietario y para la sociedad.
- Funcionamiento de la empresa. Áreas básicas.
- La responsabilidad social y medioambiental de la empresa.

2. *Clases de Empresas*

- Criterios de clasificación de empresas.
- Legislación aplicable a la empresa: mercantil, laboral y fiscal.
- Clasificación de las empresas según su forma jurídica.
- Análisis de las principales empresas y sectores económicos de la Comunidad autónoma de Aragón.

3. *El entorno de la empresa*

- El entorno de la empresa.
- Factores del entorno general. El entorno político, tecnológico, económico y social.
- Factores del entorno específico. Análisis Porter y DAFO.
- Estrategias competitivas.

4. *Desarrollo de la empresa*

- Análisis de los factores de localización y dimensión de la empresa.
- Estrategias de crecimiento interno y externo en la empresa.
- La importancia de las PYME y su estrategia de mercado. Casos prácticos de empresas aragonesas.
- La internacionalización, la competencia global y las tecnologías de la información y la comunicación.
- La empresa multinacional. Aspectos positivos y negativos.

5. *La información en la empresa*

- La obligación contable de la empresa.
- Concepto, composición y valoración del patrimonio.
- Las cuentas anuales y la imagen fiel.

- Elaboración del balance y la cuenta de pérdidas y ganancias.
 - Análisis patrimonial, financiero y económico.
6. *La función productiva*
- El proceso productivo. Eficiencia y productividad.
 - Importancia de la innovación tecnológica. I+D+I.
 - Costes: Clasificación y cálculo de los costes en la empresa.
 - Cálculo e interpretación del umbral de rentabilidad de la empresa.
 - Aprovisionamiento y costes de inventario.
 - Gestión de inventarios. Concepto y tipos: modelo ABC y el sistema JIT.
 - Valoración de las externalidades de la producción. La producción y el medio ambiente y sus consecuencias para la sociedad.
7. *La función financiera*
- Fuentes de financiación: Concepto y tipos.
 - Concepto y clases de inversión.
 - Valoración y selección de proyectos de inversión. Métodos estáticos y dinámicos.
 - Análisis de fuentes alternativas de financiación interna y externa.
8. *La función comercial*
- Concepto y clases de mercado.
 - Técnicas de investigación de mercados.
 - Análisis del consumidor y segmentación de mercados.
 - Variables del marketing-mix y elaboración de estrategias.
 - El marketing y la ética empresarial.
 - Aplicación de las tecnologías de la información y comunicación en el marketing.
9. *La organización y dirección de la empresa*
- La división técnica del trabajo y la necesidad de organización en el mercado actual.
 - Funciones de la dirección.
 - Planificación y toma de decisiones estratégicas.
 - Organización formal e informal en la empresa. Estructuras organizativas.
 - Gestión de recursos humanos. Importancia de la motivación y el liderazgo.
 - Los conflictos de intereses y sus vías de negociación.
 - Los sistemas de calidad en la empresa.
10. *Proyecto empresarial*
- Selección y presentación de la idea y viabilidad del proyecto.
 - Trámites para la constitución y puesta en marcha de una empresa: proceso telemático de creación de empresas: ventanillas virtuales.
 - El plan de empresa y su utilidad como documento de análisis económico-financiero.
 - Viabilidad del negocio: financiera, económica, comercial, tecnológica, medio-ambiental y jurídico-legal.

- c) Incorporación de la educación en valores democráticos dentro de la materia.

La **educación ambiental, cívica, para la salud, para la igualdad de oportunidades entre ambos sexos, para la paz** se ha incorporado en la materia mediante el análisis de los efectos negativos de la actividad económica actual en el medio ambiente y en la proposición de alternativas que puedan emplearse para combatir la contaminación, como parte de la responsabilidad social de la empresa, al analizar las informaciones que aparecen en los medios de comunicación relativos a problemas sociales, culturales y medioambientales, al utilizar los conocimientos económicos para adoptar posturas críticas y flexibles, al identificar las actuaciones económicas causantes de la contaminación y la influencia que tienen sobre la salud, al valorar las aportaciones de la Economía al bienestar social y la mejora de la calidad de vida, y en general, al valorar la importancia de una actitud tolerante y no despreciativa frente a diferentes opiniones al debatir cuestiones económicas.

3. Metodología.

- a) Principios metodológicos.

Para impartir la materia se tratará de limitar la exposición por parte de la profesora a modo de introducción; de forma que prime la participación del alumnado, con el fin de identificar los conceptos en casos concretos del entorno.

La labor orientadora de la profesora será fundamental, aclarando y diferenciando los conocimientos que el alumnado vaya adquiriendo.

En cada unidad didáctica, se propondrán actividades complementarias que serán resueltas en el aula, incitando la participación de todos y cada uno de los alumnos y alumnas.

- b) Materiales y recursos didácticos. Libros de texto.

Se utilizará como libro de texto: “Economía de empresa” de Ed. SM

Los materiales y recursos también serán:

- Apuntes realizados por el Seminario de Economía
- Apuntes entregados por la profesora
- “Economía de empresa” Vicente del Valle y José L. Gómez. Ed. McGraw-Hill
- “Economía de empresa” F. Casani de Navarrete y otros. Ed. Editex.
- “Economía de la empresa” E. Bueno Campos y otros. Ed. Pirámide.
- Revista “Capital”
- Prensa diaria.
- Vídeos relacionados con los contenidos impartidos.

4. Evaluación

a) Criterios de evaluación. Criterios mínimos para superar la materia.

1. Conocer e interpretar las distintas funciones de la empresa y sus interrelaciones.
Se trata de comprobar si el alumnado ha adquirido una visión global de la empresa y conoce sus rasgos más comunes; si entiende su papel en el actual entorno económico y social por medio de la identificación de los elementos que le permiten desarrollar su actividad y de las distintas tareas que desempeña a través de sus áreas funcionales.
2. Distinguir las relaciones que se producen entre la empresa y su entorno, identificando los factores que permiten su análisis y estableciendo, además, la importante repercusión que la empresa tiene sobre él.
Se busca comprobar si el alumnado es capaz de reconocer las relaciones de interdependencia existentes entre la empresa y su entorno, a través de la identificación de los factores genéricos y específicos. Debe aprender a valorar la capacidad de adaptación de determinadas empresas a los cambios tecnológicos que se producen continuamente y de los que depende su competitividad, dinamicidad y permanencia en el mercado. Asimismo, se trata de valorar la capacidad de los alumnos para reconocer la importancia de la utilización del balance social como instrumento para asegurarse la permanencia en el mercado a largo plazo y como medida de las repercusiones negativas y positivas que tiene la actividad de la empresa en el medio ambiente y en el entorno social, entre otros factores.
3. Identificar las principales características del sector en que las empresas pueden desempeñar su actividad, así como las posibles estrategias y decisiones que se pueden adoptar.
Se pretende verificar si el alumno ha entendido el sector de la actividad, como un marco de referencia para analizar la competitividad de la empresa, y las reglas de competencia que en él operan: grado de rivalidad entre competidores, las barreras de entrada y salida de un sector y, sobre todo, las posibles estrategias que se deben adoptar para mejorar la situación competitiva.
4. Reconocer los distintos tipos de empresas que existen y analizar de forma concreta la importancia de la dimensión de la empresa.
La finalidad es valorar si los alumnos pueden diferenciar los distintos tipos de empresas según diferentes criterios de clasificación (tamaño, sector de la actividad, ámbito geográfico, titularidad del capital, forma jurídica, etc.) y si reconocen la importancia que tiene para la empresa saber calcular su dimensión óptima; todo ello, a partir del análisis de información real.
5. Simular y valorar las diferentes estrategias de crecimiento de las empresas.
Se valorará la capacidad del alumnado para analizar y recomendar distintas formas de crecimiento que puede utilizar una determinada empresa en función de los objetivos que pretenda.
6. Analizar las situaciones de la empresa multinacional y de la PYME en un marco de economía global.
Se persigue valorar la capacidad del alumno para describir las características actuales de las empresas multinacionales y de las PYMES y para analizar las ventajas e inconvenientes de que

gozan cada una de ellas en un mercado cada vez más globalizado, en la medida de lo posible a partir de ejemplos cercanos y conocidos.

7. Reconocer el posible conflicto entre rentabilidad, competitividad y responsabilidad social a partir del estudio de los resultados y efectos de distintas empresas sobre el entorno.
Se trata de constatar si el alumno comprende el conflicto que se produce en la empresa entre atender exclusivamente a su cuenta de resultados o valorar un campo de objetivos más amplio, que contemple el impacto medioambiental, las condiciones laborales a que están sometidos los trabajadores, la calidad del producto ofrecido, la participación en proyectos de investigación y de formación de los trabajadores, entre otros aspectos.

8. Conocer el funcionamiento del área de producción de una empresa y reconocer la importancia de la aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación en la mejora de la productividad.
Se pretende comprobar si el alumno conoce las tareas fundamentales de la función productiva de la empresa y si es capaz de calcular su productividad. Igualmente, se desea constatar que reconoce el papel de las tecnologías de la información y la comunicación en el aumento de competitividad de la empresa y en la mejora y calidad de sus productos.

Se valorará si los alumnos son capaces de diferenciar y estructurar los ingresos y costes generales de una empresa determinando el beneficio o pérdida generada, así como el umbral de rentabilidad necesario para la supervivencia de una empresa.

9. Describir las técnicas básicas para la gestión de los recursos humanos y valorar los cambios que se están produciendo en su estructura y organización.
Se valorará que el alumno reconozca la importancia de los recursos humanos en el correcto funcionamiento de la empresa, como variable que contribuye al logro de la eficiencia organizativa, de cómo las empresas basan su desarrollo en el conocimiento como factor de innovación y de cómo las nuevas técnicas de gestión y de motivación del personal incorporan nuevos retos a las condiciones laborales.

10. Explicar las distintas posibilidades organizativas entre las que puede optar una empresa en función de su entorno y de sus posibilidades en el ámbito interno.
Se desea comprobar si el estudiante reconoce e identifica el conjunto de decisiones más habituales que conforman la dirección de la empresa y que le son propias en su entorno; si es capaz de coordinar las actividades de la función directiva a través de los procesos organizativos y de reconocer los nuevos diseños surgidos a partir del desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación. Asimismo, trataremos de verificar si se reconoce la existencia de la organización informal y su importancia para la resolución de conflictos.

11. Estudiar las principales características del mercado, entender las posibles vías de segmentación del mismo y las distintas políticas comerciales que se pueden adoptar.
Apreciaremos la capacidad del alumno para delimitar un mercado en función de diversos criterios como el número de competidores, el producto vendido, etc. Se valorará si el alumno reconoce y entiende la finalidad de la investigación de mercados y el análisis de la actividad

comercial de la empresa: fundamentos de sus decisiones comerciales, justificación de las distintas estrategias del marketing (para saberlas aplicar a casos concretos y reconocerlas cuando se le muestren en lecturas sobre el tema) y cuáles son los límites éticos que se debería plantear la empresa en el desarrollo de dichas estrategias.

12. Describir las posibles fuentes financieras a que tiene acceso la empresa y, a través de ejemplos prácticos, optar por la más adecuada.
Se valorará la capacidad del alumno para reconocer y clasificar las distintas fuentes de financiación, así como si es capaz de analizar, evaluar y decidir, a partir de determinadas premisas, las más adecuadas para la empresa.
13. Valorar entre distintos proyectos de inversión que puede acometer una empresa y seleccionar, justificando la decisión, cuál resulta más ventajoso.
Se trata de comprobar si el estudiante reconoce y calcula los valores de las inversiones de la empresa según los distintos criterios de selección, teniendo en cuenta la corriente de flujos de cobros y de pagos que cada inversión genera.
14. Reconocer los datos más significativos de las cuentas anuales de una empresa: el balance, la cuenta de pérdidas y ganancias, la memoria, el estado de cambios en el patrimonio neto y el estado de flujos de efectivo; lograr interpretar la información presentada en esos estados contables, de manera que sea posible realizar un diagnóstico de la situación de la empresa.
Se trata de valorar la capacidad del estudiante para reconocer los distintos elementos patrimoniales que integran un balance, identificar la función que cada uno tiene asignada y agruparlos por masas patrimoniales y comprobar si es consciente de la correspondencia existente entre las inversiones que tiene la empresa con las fuentes de financiación a su disposición. Asimismo, se pretende que sea capaz de hacer una valoración de la situación económica y financiera de la empresa a partir de la información presentada en el balance mediante la utilización de ratios, y de distinguir entre las distintas partidas de ingresos y gastos que componen cada uno de los apartados de la cuenta de pérdidas y ganancias detectando desequilibrios y proponiendo, en su caso, las soluciones más adecuadas.
15. Explorar y valorar sencillos proyectos de creación de empresa, con el objeto de seleccionar uno y planificar el proceso necesario para llevarlo a cabo y evaluar su viabilidad económica.
Con este criterio se trata de que los alumnos sean capaces de poner en conjunción, de manera coordinada y lógica, todos los aspectos estudiados: desde las decisiones y estrategias para desarrollar un producto o para comercializarlo, hasta el estudio de las necesidades financieras y de inversión que requiere la empresa, pasando por la justificación de la forma jurídica más adecuada o los trámites de constitución o puesta en marcha que se deben formalizar, así como el estudio de la organización y de los recursos humanos más adecuados. Valoraremos la apreciación que haga el alumno de las dificultades encontradas en el proceso, así como la manera que tenga de resolverlas. Por su parte, apreciaremos si el alumno es capaz de identificar oportunidades y puntos fuertes en la creación de su propio negocio.
16. Buscar, analizar e interpretar información procedente del ámbito empresarial local, regional, nacional o internacional.

Se trata de comprobar si el alumno es capaz de distinguir y analizar información significativa referida al mundo empresarial y si es capaz de relacionarla con los contenidos estudiados en la materia aplicando los conocimientos adquiridos a la resolución de casos elementales.

b) Procedimientos e instrumentos de evaluación.

Serán pruebas escritas y trabajos que se exigirán a cada alumno, que permita valorar:

- Conocimiento y comprensión de los objetivos mínimos programados
- Apropiaada expresión escrita
- Interpretación correcta de datos
- Capacidad de síntesis
- Rigor y capacidad crítica en las opiniones y reflexiones sobre las actividades realizadas
- Adecuada comprensión y utilización del vocabulario específico

La evaluación de los conocimientos adquiridos por el alumno, se efectuará a través de las actividades que en cada unidad se contemplan, realizando pruebas escritas que versarán sobre los conceptos teóricos y práctica de los mismos.

En 2º Bachillerato en las **pruebas globales** se procederá de la siguiente forma:

Un ejercicio con una pregunta sobre conceptos o definiciones y otras teórico- prácticas o prácticas, similar a como se recoge en los ejercicios de la PAU.

En cada evaluación se considerará continua de conocimientos sobre contenidos teóricos, es decir, cada prueba global recogerá todos los conceptos o definiciones vistos a lo largo del curso, pero sólo la parte práctica de los temas propios de la prueba.

c) Criterios de calificación.

En todas las pruebas se informará al alumno del valor numérico de cada pregunta o epígrafe del ejercicio (sistema de puntuación). Todos los ejercicios se calificarán de 0 a 10, pudiendo contener decimales la nota de calificación.

La nota de la evaluación se obtendrá del ejercicio de examen o de la nota media de los ejercicios, siempre que en ninguno de ellos se haya obtenido una calificación inferior a 3'5.

Se considerará aprobada la evaluación cuando se obtenga una calificación igual o superior a 5.

Cuando la nota sea 5 o superior a 5 y contenga decimales, la valoración del seguimiento diario del alumno de la evaluación (atención, actitud ante la asignatura, trabajo diario, participación en noticias, cuaderno de clase, etc.), los trabajos especiales (investigación o recopilación, individual o en pequeños grupos), dependiendo de su extensión y profundidad, tendrán, normalmente un valor complementario para la nota de cada evaluación, se calificará de modo que ayude a los alumnos a alcanzar el redondeo al entero superior desde el 0'5 o a conseguir el aprobado en las calificaciones de una evaluación, siempre que esta media no sea inferior a 4,5 puntos sobre 10.

Se valorará el uso de vocabulario y la notación científica. Los errores ortográficos, el desorden, la falta de limpieza en la presentación y la mala redacción (deficiencias expresivas). Por cada falta de ortografía en los ejercicios presentados se bajará 0,25 puntos. Por falta de limpieza o presentación se podrá bajar hasta 2 puntos. Por faltas de puntuación o acentuación se podrá bajar hasta 1 punto. Según acuerdo de Claustro, el total de puntos que puede bajarse una nota es de 2 puntos.

Cuando un alumno no se presente a un examen o no entregue en la fecha prevista un ejercicio, no tendrá derecho a repetir la prueba o a entregar el ejercicio en otra fecha. Queda en manos del profesor considerar pertinente o no repetir el examen o alargar los plazos de entrega de los trabajos.

Cuando un alumno no haya aprobado una evaluación, deberá realizar un examen de recuperación de los contenidos de toda la evaluación o trimestre.

Siempre que la parte pendiente (número de unidades calificadas negativamente) sea inferior al 50 % de la materia (unidades) podrán realizar una prueba extraordinaria en junio de la parte pendiente. En caso de ser del 50 % o más, realizará una prueba sobre la totalidad de la materia.

La calificación final de la asignatura se obtendrá realizando la media de las tres evaluaciones (o en su caso, recuperaciones), siempre que ninguna de ellas esté suspendida y ponderando un 25 %, 50 % y 25 % respectivamente la calificación de cada una de las evaluaciones. En otro caso la calificación final será de insuficiente salvo que la profesora aprecie circunstancias especiales.

Si el alumno no aprueba en la evaluación final de junio, deberá presentarse en septiembre a la prueba extraordinaria con toda la materia pendiente.

- d) Procedimiento de evaluación extraordinario para el alumnado que ha perdido el derecho de evaluación continúa.

En el caso de que un alumno falte a más del 25 % de las clases de la asignatura, no se utilizarán los mecanismos descritos anteriormente para su calificación continua, se le evaluará mediante una prueba global de todos los contenidos impartidos, tanto teóricos como prácticos.

5. Medidas de atención a la diversidad y las adaptaciones curriculares para los alumnos que las precisen.

Dado que al finalizar el Bachillerato el alumnado ha debido desarrollar las capacidades señaladas para obtener la titulación correspondiente, no se ha previsto llevar a cabo adaptaciones curriculares significativas que supongan la eliminación o reducción de los contenidos básicos programados.

No obstante, se facilitará la realización de las pruebas escritas y ejercicios prácticos reduciendo su extensión o adaptando los materiales, si es preciso, para el alumnado que por tener algún tipo de discapacidad así lo necesite.

Se efectuará a través del seguimiento personalizado de cada alumno/a, con el fin de detectar sus deficiencias, tanto de conocimientos, como de aptitudes frente a la materia.

A tal fin, se reclamará la entrega de ejercicios, que serán corregidos y analizados de forma personal a cada uno, con las indicaciones a seguir.

Asimismo, se potenciará la participación de todos y cada uno de los alumnos y alumnas.

6. Estrategias de animación a la lectura y el desarrollo de la expresión y comprensión oral y escrita.

Se concretan en lecturas y comentarios de temas de actualidad, vinculados con cada unidad didáctica y debates.

7. Utilización de las tecnologías de la sociedad de la información.

Se utilizará en clase la pizarra digital para poder visualizar contenidos educativos, siempre en función de la disponibilidad de las mismas, para realizar pruebas de test, presentaciones de temas, blog de economía,...

Se procurará que los alumnos utilicen los recursos de Internet para buscar información y completar los temas explicados en clase.

8. Actividades complementarias y extraescolares.

No están previstas en el presente curso.