

# PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DE ECONOMÍA Y ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS. 2º BACHILLERATO

## Índice

1.- Objetivos .....	2
2.- Contenidos .....	2
3.- Temporalización .....	46
4.- Metodología didáctica .....	47
5.- Materiales, textos y recursos didácticos .....	48
6.- Materiales, textos y recursos didácticos .....	48
7.- Criterios de evaluación .....	48
8.- Procedimientos e instrumentos de evaluación .....	49
9.- Criterios de calificación .....	50
10.- Procedimiento de recuperación de las evaluaciones pendientes .....	50
11.- Procedimiento y actividades de recuperación para los alumnos con la materia pendiente de cursos anteriores .....	51
12.- Procedimiento y actividades de evaluación para los alumnos que pierdan el derecho a la evaluación continua .....	51
13.-Pruebas extraordinarias de septiembre .....	51
14.- Procedimiento para que el alumnado y, en su caso, sus familias, conozcan los criterios de evaluación y calificación .....	51
15.- Medidas ordinarias de atención a la diversidad .....	51
16.- Adaptaciones curriculares para los alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo .....	52
17.- Actividades complementarias y extraescolares .....	52
18.- Actividades para el fomento de la lectura .....	52

# PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DE ECONOMÍA Y ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

## 1. Objetivos.

Se pretenden alcanzar, de acuerdo con el currículo oficial, los siguientes objetivos:

1. Analizar las características más relevantes de distintos tipos de empresas, identificando sus funciones e interrelaciones y su organización.
2. Conocer los elementos más importantes de los diferentes sectores de actividad y explicar, a partir de ellas, las principales estrategias que las empresas pueden adoptar.
3. Estudiar las políticas de marketing de diferentes empresas en función de los mercados a los que dirigen sus productos.
4. Valorar la importancia que, para las empresas y la sociedad, tienen la investigación, las innovaciones tecnológicas y las perspectivas de futuro que abre la implantación generalizada de las tecnologías de la información.
5. Identificar las consecuencias, para las empresas y la sociedad, de la globalización de la economía y las posibles líneas de conducta a adoptar frente a este fenómeno.
6. Establecer, a grandes rasgos, los datos más relevantes de la información contenida en las cuentas anuales de una empresa e interpretar la información transmitida. Interpretar la información suministrada por las principales relaciones económico-financieras sobre la situación de la empresa.
7. Analizar las consecuencias que, para el medio ambiente, la sociedad y las personas tienen las actividades de distintos tipos de empresa y las conductas y decisiones de las mismas. Valorar la incidencia de las medidas reguladoras introducidas en la legislación.
8. Comprender de forma clara y coherente y, en su caso, valorar críticamente, informaciones sobre hechos relevantes en ámbito empresarial.
9. Analizar la importancia del sistema de calidad de las empresas y de los productos comercializados.
10. Comprender la importancia de una buena comunicación en situaciones de crisis.

## 2. Contenidos.

### 1. La empresa.

Concepto de empresa. Clasificación. Teorías sobre la empresa. La empresa como sistema. Empresa y empresario. Funciones y objetivos de la empresa; la creación de valor como objetivo empresarial. La empresa y su entorno: responsabilidad social de la empresa; la ética de los negocios. El sector: Concepto y clasificación.

### 2. La función de planificación y estrategias.

Funciones básicas del proceso de dirección, los niveles directivos. Modelos de gestión y liderazgo. Concepto de estrategia: sus elementos y niveles. El entorno: entorno general y entorno específico. Análisis del sector. Las fuerzas competitivas básicas. Las estrategias competitivas genéricas. Análisis interno de la empresa: la cadena de valor. La función de planificación. La toma de decisiones en la empresa. La función de control.

### 3. La función productiva.

Producción. Clasificación de las actividades productivas. Asignación de los recursos productivos. Costes, clasificación, cálculo de los costes en la empresa. Equilibrio de la empresa en el caso general. Umbral de rentabilidad de la empresa o punto muerto. Matriz tecnológica, formas de adquisición de tecnología, I + D. Productividad de los factores y rentabilidad. Los inventarios, su coste y evolución temporal; el modelo de Wilson. Programación, evaluación y control de proyectos; modelo PERT. La calidad.

### 4. La función comercial de las empresas.

Concepto y clases de mercado. La empresa ante el mercado. La segmentación del mercado. Las cuatro variables del marketing

### 5. La función financiera.

Estructura económica de la empresa, activo fijo y activo circulante. Recursos financieros de la empresa, recursos propios y recursos ajenos. El fondo de maniobra. Los ciclos de actividad de la empresa, el período medio de maduración. Concepto de “cash- flow”. Autofinanciación. Fuentes de financiación externa de la empresa. Apalancamiento. Valoración y selección de proyectos de inversión, métodos de valoración y selección. Tasa interna de retorno.

### 6. La organización de la empresa.

Concepto de organización, principales escuelas. Organización y jerarquía. Gestión de los recursos humanos, organización formal y organización informal, programación y comunicación, canales de comunicación. División del trabajo. Coordinación y tecnología. Motivación de los trabajadores. Gestión del conocimiento. Diseño de la estructura de la organización: agrupación de unidades.

### 7. Desarrollo de la empresa.

Formas de desarrollo, expansión y diversificación. El crecimiento de la empresa: crecimiento interno y crecimiento externo. Estrategias de fusión y adquisición. Cooperación entre empresas. La internacionalización. La competencia global. La empresa multinacional.

### 8. La nueva economía

Tecnologías de la información. Comercio electrónico.

### 9. Obligación de información de la empresa.

Obligaciones contables de la empresa. La imagen fiel. Las cuentas anuales. El balance. La cuenta de Pérdidas y ganancias. Análisis de la información contable. Los equilibrios financieros. Principales ratios económicos financieros.

El libro de texto que se utilizará como guía, secuencia los contenidos en las siguientes unidades didácticas:

- 1.El papel de la empresa en la economía
- 2.Formas y clases de empresas

3. La empresa y su entorno
4. El desarrollo de las empresas
5. La función productiva de la empresa
6. Progreso tecnológico, eficiencia y control de la producción
7. La función comercial de la empresa
8. El marketing mix
9. El patrimonio y las cuentas de la empresa
10. La función financiera de la empresa
11. La inversión en la empresa
12. La financiación de la empresa
13. Análisis social, económico y financiero de la empresa
14. La dirección de la empresa
15. La organización de las empresas
16. Los recursos humanos: motivación, liderazgo y comunicación

## **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**

Conocer la naturaleza de la actividad económica.

Identificar y definir los recursos productivos y los agentes económicos.

Reconocer las relaciones existentes en una economía entre los agentes económicos y los mercados de productos y factores.

Describir las funciones que desarrollan las empresas en la sociedad.

Explicar el ciclo de producción y las áreas funcionales que existen en la empresa.

Clasificar y distinguir los elementos que son comunes a todas las empresas.

Identificar, clasificar y entender los grupos de intereses externos e internos que influyen sobre el funcionamiento de la empresa.

Describir los diferentes tipos de objetivos que puede plantearse alcanzar una empresa.

Conocer las teorías existentes sobre el concepto de empresa, cómo se puede definir esta y cuál es su funcionamiento en la sociedad.

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.

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.

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.

#### • **CONTENIDOS TRANSVERSALES. INTERDISCIPLINARIEDAD**

Dado que en esta unidad se trata del mercado, se pueden trabajar los contenidos transversales relacionados con la educación del consumidor. En concreto, en el apartado 7, *La empresa, los mercados y las formas de la competencia*, en el que se analizan las repercusiones que para el consumidor tiene la existencia de mercados que funcionen en competencia imperfecta, y que suponen un grado de poder de mercado importante para los fabricantes que les permite imponer las condiciones de funcionamiento de los mismos. También es deseable tratar el tema transversal de la educación moral y cívica, para que los alumnos y alumnas asuman que la eficiencia económica o técnica no implica equidad, sino que su existencia puede tener consecuencias negativas para terceros.

En cuanto a la interdisciplinariedad, la materia que se trata en la unidad puede relacionarse con la asignatura de Filosofía, a través del estudio de las diversas pautas de conducta de la sociedad de consumo. También existen vínculos con la Historia del Mundo Contemporáneo, ya que en la unidad se estudia el funcionamiento del mercado y se describen los diferentes tipos de mercados que existen.

## 2. FORMAS Y CLASES DE EMPRESA

---

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

8. Explicar las diferencias existentes entre las distintas formas jurídicas de empresa reconocidas por la legislación de nuestro país.
9. 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.
10. Identificar las ventajas y los inconvenientes que tiene cada una de las diferentes formas de empresa.
11. Identificar cuál es la forma de empresa más conveniente para distintos supuestos de negocio con diferentes tamaños y finalidades.
12. Diferenciar las empresas personalistas, capitalistas y de economía social.
13. Conocer cuáles son los trámites que debe seguir un emprendedor para poner en marcha una empresa.
14. Aplicar los conocimientos teóricos a problemas prácticos de emprendedores que quieran crear una empresa, identificando la mejor forma jurídica y razonando el porqué.
15. 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 constituirlos.

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**

16. 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.
17. Explicar qué es una acción, sus distintas clases y los derechos que confiere a sus propietarios.

18. Saber realizar todos los pasos que hay que llevar a cabo para legalizar una empresa.
19. Distinguir las diferencias entre las dos clases de empresas de economía social y las empresas personalistas y las capitalistas.
20. Utilizar las ventajas y desventajas de cada una de las formas jurídicas para escoger una de ellas a la hora de crear una empresa.
21. Identificar las diferencias que existen entre una sociedad anónima y una de responsabilidad limitada.

• **CONTENIDOS TRANSVERSALES. INTERDISCIPLINARIEDAD**

Esta unidad favorece el desarrollo de los contenidos transversales relacionados con la educación moral y cívica. Especialmente en el estudio de las empresas de economía social y en el apartado *Estudio de casos*. En ambos, se puede apreciar cómo las empresas también pueden perseguir objetivos que pueden ser considerados como de bien común, además de los del lucro propio. Estos fines son, por ejemplo, la creación de puestos de trabajo estable y ofertas de empleo para los sectores más desfavorecidos de la población.

La unidad se puede relacionar con otras asignaturas, como Historia del Mundo Contemporáneo. El conocimiento del funcionamiento de las sociedades anónimas puede ayudar a comprender el desarrollo de las sociedades capitalistas y la manera en la que se consiguió el dinero para financiar la revolución industrial, gran parte de la colonización y los avances económicos más importantes que se han dado durante los tres últimos siglos.

### **3. LA EMPRESA Y SU ENTORNO**

---

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. 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**

Conocer y describir los diferentes factores del entorno de la empresa que condicionan su funcionamiento.

Diferenciar los diferentes agentes económicos con los que la empresa interactúa de forma directa.

Saber calcular la cuota de mercado que corresponde a una empresa dentro de un sector de actividad.

Diferenciar los mercados competitivos de aquellos otros en los que por razones técnicas, económicas, administrativas, etc., funcionan con restricciones a la competencia.

Conocer las diferentes amenazas y oportunidades, tanto presentes como futuras, que pueden afectar a una empresa en sus actuaciones en el mercado.

Identificar y explicar las diferentes barreras de entrada que una empresa puede encontrar al intentar abordar un nuevo mercado.

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 la empresa.

Explicar qué protección otorga una patente y qué derechos cubre la marca de un producto.

Enumerar y conocer las leyes que garantizan el funcionamiento del mercado desde el punto de vista de la competencia.

## • **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.

### **PROCEDIMIENTOS**

Identificación y descripción de los diferentes factores del entorno de la empresa.

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**

22. Describir los diferentes factores del entorno de la empresa que condicionan su funcionamiento.
23. Enumerar y explicar brevemente los diferentes agentes económicos con los que la empresa interactúa de forma directa.
24. Calcular la cuota de mercado que corresponde a una empresa dentro de un sector de actividad.
25. Enumerar y explicar brevemente las diferentes amenazas y oportunidades, tanto presentes como futuras, que pueden afectar a una empresa.
26. Describir las estrategias básicas que la empresa adopta para alcanzar ventajas competitivas.
27. Analizar los ámbitos de responsabilidad de la empresa.
28. Describir las leyes que garantizan el funcionamiento del mercado desde el punto de vista de la competencia.

29. Explicar qué es una patente y qué es la marca de un producto.

• **CONTENIDOS TRANSVERSALES. INTERDISCIPLINARIEDAD**

Con esta unidad se trata de favorecer los contenidos transversales relacionados con la educación del consumidor, en el apartado 4, *La competencia dentro de un sector*, y en el apartado 7, *Ética y cultura empresarial*. En este sentido los alumnos y alumnas deben comprender que toda restricción de la competencia provoca la aparición de mercados en los que son las empresas quienes dictan las condiciones. Además, la unidad permite desarrollar el contenido transversal de la educación ambiental en el apartado 6, *La responsabilidad social de la empresa*; en este caso los alumnos y alumnas deben comprender que la eficiencia económica de las empresas no se debe hacer a costa del medio ambiente.

Respecto a la interdisciplinariedad, esta unidad puede relacionarse con la asignatura de Filosofía, a través de cuestiones como el bienestar material y el progreso. Por otra parte, para justificar la intervención del Estado en la economía, la unidad se puede relacionar con la materia de Historia del Mundo Contemporáneo, pues en ella aparecen los antecedentes que justifican dicha intervención.

## **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**

Analizar la importancia que tiene para el desarrollo de las actividades empresariales las decisiones de localización y de dimensión.

Explicar los factores que determinan la localización de una empresa.

Distinguir los factores de localización industrial de los factores de localización comercial y de servicios.

Describir los criterios que habitualmente se utilizan para medir la dimensión de las empresas.

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.

Distinguir las distintas vías que tiene la empresa para crecer.

Explicar las estrategias de especialización y diversificación como alternativas para lograr el crecimiento de la empresa.

Comprender qué es la integración vertical en las empresas y conocer sus ventajas e inconvenientes.

Enumerar y describir las principales características de una empresa multinacional.

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.

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**

30. 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.
31. Enumerar y explicar los factores de localización industrial y los factores de localización comercial y de servicios.
32. Explicar los criterios que habitualmente se utilizan para medir la dimensión de las empresas.
33. Describir las distintas vías que tiene la empresa para crecer.
34. Explicar las estrategias de crecimiento de la empresa.
35. Comprender qué es la integración vertical en las empresas y conocer sus ventajas e inconvenientes.
36. Señalar las principales características de una empresa multinacional.

### **• CONTENIDOS TRANSVERSALES. INTERDISCIPLINARIEDAD**

Con esta unidad podemos desarrollar los contenidos transversales relacionados con la educación ambiental, que se tratarían en los apartados 1, 2 y 3, en los que los alumnos deben comprender que no es posible relajar las condiciones medioambientales para favorecer el establecimiento de empresas. Esta unidad favorece el tratamiento de los contenidos transversales relacionados con la educación moral y cívica en el apartado 9, ya que los alumnos y alumnas deben detectar y criticar aquellas situaciones injustas que se generan por el comportamiento de algunas multinacionales que hacen del trabajo infantil una forma de reducir sus costes de producción. Además, se

puede tratar el contenido transversal de la educación del consumidor en el apartado 6, mediante el desarrollo en los alumnos y alumnas del rechazo al consumo desenfrenado.

Con respecto a la interdisciplinariedad, la unidad puede relacionarse con la Geografía y con la Historia del Mundo Contemporáneo.

## **5. LA FUNCIÓN PRODUCTIVA DE LA EMPRESA**

---

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**

Explicar la importancia que tiene el área de producción para el desarrollo de las actividades empresariales.

Describir los distintos tipos de sistemas productivos mediante los cuales se puede fabricar un producto.

Conocer y diferenciar los conceptos de eficiencia técnica y eficiencia económica.

Conocer la función de producción y los conceptos de rendimientos crecientes y decrecientes.

Distinguir entre los costes fijos y los costes variables que van asociados a todo proceso productivo.

Saber representar gráficamente la curva de ingresos y la de costes de un producto identificando las zonas de pérdidas y las zonas de ganancias que aparezcan.

Distinguir entre la producción media y la producción marginal.

Identificar el lugar en que las empresas se quieren situar para maximizar sus beneficios.

Relacionar el equilibrio general de la empresa con los ingresos y los gastos que esta tiene.

Explicar el umbral de rentabilidad y conocer cómo se realiza su cálculo.

Identificar la función de investigación y desarrollo (I+D) como forma de garantizar la competitividad de la empresa, y diferenciar las aplicaciones que se refieren al proceso productivo de las que se refieren al producto.

## • **CONTENIDOS**

### **CONCEPTOS**

El área de producción de la empresa.

La utilidad total de un bien y tipos de utilidades.

Tipos de sistemas productivos según el destino del producto, según el grado de homogeneidad del producto y según la dimensión temporal del proceso.

Eficiencia técnica y económica.

La función de producción de una empresa.

Los costes de la empresa, la división entre costes fijos y costes variables.

Los costes, los ingresos y los beneficios.

El equilibrio general de la empresa.

El umbral de rentabilidad.

### **PROCEDIMIENTOS**

Identificación de los diferentes tipos de utilidad que incorpora un producto.

Descripción de los tipos de sistemas productivos.

A partir de datos aportados, identificación de los procesos productivos que son técnica y económicamente más eficientes.

Hallar a partir de unos datos la función de producción.

Distinción entre costes fijos y costes variables y distinción entre costes directos y costes indirectos.

Distinción entre producción marginal y producción media.

Análisis de los rendimientos decrecientes y lo que ello supone para la función de producción.

Alcanzar el nivel óptimo de producción en una empresa.

Distinción entre los costes medios y los costes marginales.

Cálculo del umbral de rentabilidad.

### **ACTITUDES**

Actitud abierta ante el desarrollo tecnológico y su repercusión sobre los diferentes sistemas productivos.

Toma de conciencia de la importancia que tiene la eficiencia para la competitividad de una empresa.

Valoración de la relación existente entre la eficiencia técnica y la económica.

Valoración del problema que trae incrementar la producción con el aumento de un solo factor de producción.

Actitud crítica ante aquellos que piensan que vender más es equivalente a ganar más.

Ser consciente de que siempre hay un mínimo por debajo del cual se pierde dinero.

#### • **CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

37. Señalar las principales características que tiene el área de producción.
38. Describir los distintos tipos de sistemas productivos mediante los cuales se puede fabricar un producto.
39. Utilizar los conceptos de eficiencia técnica y eficiencia económica para analizar dos procesos productivos diferentes.
40. A partir de datos aportados sobre supuestos sencillos calcular la función de producción de una empresa.
41. Distinguir entre costes fijos y costes variables y representarlos gráficamente junto con la curva de ingresos, identificando las zonas de pérdidas y las zonas de ganancias que aparecen.
42. A partir de los datos que se aporten, calcular cuál es el umbral de rentabilidad de una determinada empresa.

#### • **CONTENIDOS TRANSVERSALES. INTERDISCIPLINARIEDAD**

Esta unidad permite tratar los contenidos transversales relacionados con la educación ambiental y la educación del consumidor, pues los alumnos deberán comprender cómo la empresa debe incorporar, como costes de fabricación, aquellos costes derivados de las instalaciones que depuran los vertidos de todo tipo que efectúan las empresas y que, por tanto, van incorporados al precio del producto.

Con respecto a la interdisciplinariedad, los contenidos de esta unidad pueden relacionarse con las siguientes asignaturas: Historia del Mundo Contemporáneo (*Problemas sociales de la industrialización y la sociedad de clases*), Matemáticas aplicadas a las Ciencias Sociales (resolución de problemas con enunciados relativos a las Ciencias Sociales y a la Economía que pueden resolverse mediante el planteamiento de sistemas de ecuaciones lineales) y Geografía (*Los espacios industriales: evolución histórica y características*).

## **6. PROGRESO TECNOLÓGICO, EFICIENCIA Y CONTROL DE LA PRODUCCIÓN**

---

En esta unidad es esencial tomar conciencia de la necesidad de incrementar la productividad para lograr ser competitivos en un mercado caracterizado por los cambios constantes. La mejora de esta se consigue, sobre todo, a través del progreso tecnológico y la investigación. La introducción de nuevas técnicas ahorradoras de trabajo permite ahorros sustanciales que reducen los costes de producción. Por último, este tema incide en la gestión de los productos almacenados, que resulta esencial para lograr una productividad mayor, así

como la consecución de los objetivos deseados.

---

### **OBJETIVOS**

Saber calcular la productividad de un factor y ser capaz de interpretar los resultados obtenidos.

Identificar todos los factores de los que depende el crecimiento de la productividad.

Diferenciar entre los distintos tipos de investigación y discernir cuáles son los más utilizados por las empresas.

Explicar las diferencias entre las innovaciones de producto y las de método o técnica de producción.

Conocer los distintos modos a través de los que se puede adquirir la tecnología necesaria para incrementar la productividad de la empresa.

Conocer sistemas para programar, evaluar y controlar proyectos.

Explicar el método PERT de programación, evaluación y control de proyectos.

Conocer el sistema de gráficos de Gantt.

Conocer los tipos de inventarios que cualquier empresa se ve obligada a mantener.

Identificar y explicar los diferentes costes que genera la posesión de inventarios en una empresa.

Explicar el modelo de Wilson de gestión de los inventarios.

Conocer los nuevos sistemas de gestión de inventarios.

### **• CONTENIDOS**

#### **CONCEPTOS**

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

El crecimiento de la productividad.

Investigación básica, aplicada y desarrollo tecnológico.

Innovación de producto e innovación de método o técnica productiva.

Formas de adquisición de tecnología.

Los gráficos de Gantt.

El método PERT.

Los inventarios de la empresa. El coste de los inventarios.

Modelos de gestión de inventarios.

## **PROCEDIMIENTOS**

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

Distinción de los distintos métodos de aprendizaje por los que se adquiere o incorpora nueva tecnología.

Distinción entre investigación básica, aplicada y desarrollo tecnológico.

Realización de casos en los que el crecimiento de la productividad sea consecuencia de distintas causas.

Aplicar en ejemplos sencillos el método PERT de programación, evaluación y control de proyectos.

Utilizar a través de supuestos sencillos los gráficos de Gantt.

Exposición de los tipos de costes en los que incurre una empresa como consecuencia de la necesidad de mantener unos inventarios.

Realización de casos prácticos de cálculo sobre el modelo de Wilson de gestión de inventarios.

Análisis de los nuevos sistemas de gestión de inventarios.

Descripción de la función de investigación y desarrollo en las empresas.

## **ACTITUDES**

Actitud abierta ante el desarrollo tecnológico y su repercusión sobre los diferentes sistemas productivos.

Toma de conciencia de la importancia que tiene la eficiencia para la competitividad de una empresa.

Valoración del papel que tiene la productividad a la hora de negociar las subidas salariales de los trabajadores.

Ser conscientes de la relación que existe entre la mejora de la productividad y la disminución de los costes.

Valoración de la importancia que tiene para una empresa el manejo apropiado de sus inventarios.

Actitud crítica ante algunas empresas que, aprovechando su poder sobre los proveedores, les trasladan a estos el coste de almacenamiento de suministros.

Valoración positiva de la intervención del Estado a la hora de fomentar la investigación en las empresas.

### **• CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

43. Describir todas las causas de crecimiento de la productividad.

44. Señalar las diferencias entre las distintas clases de investigación y su utilidad práctica para las empresas.

45. A partir de unos datos, elaborar el camino crítico por el método PERT y los gráficos de Gantt.

46. A partir de datos aportados sobre supuestos sencillos, calcular la función de la productividad de diversos factores.
47. En función de unos datos dados, calcular el tamaño óptimo de pedido según el modelo de Wilson.
48. Distinguir entre las diversas maneras de aprendizaje que existen para la mejora tecnológica.

• **CONTENIDOS TRANSVERSALES. INTERDISCIPLINARIEDAD**

El progreso tecnológico se puede relacionar con todas aquellas materias de contenido científico existentes en el currículo. La investigación aplicada a la empresa tiene una incidencia directa en los productos que vamos a consumir, sus características y las necesidades que son capaces de cubrir.

Además, la unidad también se relaciona con las siguientes asignaturas: Historia del Mundo Contemporáneo (problemas sociales de la industrialización y sociedad de clases), Matemáticas aplicadas a las Ciencias Sociales (resolución de problemas con enunciados relativos a las Ciencias Sociales y a la Economía que pueden resolverse mediante el planteamiento de sistemas de ecuaciones lineales) y Geografía (características y evolución histórica de los espacios industriales).

## **7. LA FUNCIÓN COMERCIAL DE LA EMPRESA**

---

Esta unidad y la siguiente se centran 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 gran medida, su supervivencia.

---

### **OBJETIVOS**

Explicar por qué la actividad comercial es cada día más importante y absorbe mayor cantidad de recursos en una empresa.

Conocer todas las variables que están incluidas en la función comercial de una empresa.

Diferenciar entre mercado y demanda.

Interpretar los distintos enfoques del marketing y reconocer la clase de mercados en los que predomina uno u otro.

Preparar un plan de marketing a partir de las características de una empresa y de lo que quiere vender en el mercado.

Conocer cuáles son los objetivos que se plantea la investigación de mercados, así como las fases necesarias para realizarla.

Conocer la manera en la que se puede realizar una segmentación de mercado y los criterios más utilizados para llevarla adelante.

Distinguir el concepto de mercado objetivo.

Explicar cuál es el objetivo principal del posicionamiento de una empresa en el mercado.

Identificar las distintas técnicas de recogida de información primaria que pueden utilizarse en una investigación de mercados, diferenciando si son técnicas cualitativas o cuantitativas.

Analizar los diferentes pasos que debe realizar un departamento de marketing para dar forma a una campaña comercial.

## • **CONTENIDOS**

### **CONCEPTOS**

La función comercial de la empresa: el marketing.

Marketing pasivo, activo, social y de organización.

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.

### **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.

### **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.

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.

### **• CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

49. Diseñar y realizar una investigación de mercados de una pequeña empresa.
50. Diseñar y realizar un plan de marketing para el lanzamiento de un nuevo producto.
51. Distinguir el enfoque de marketing más adecuado para cada tipo de mercado y justificar el porqué.
52. Segmentar un mercado según los diferentes criterios existentes.
53. Diferenciar, ante una actuación comercial de una empresa, qué parte corresponde a decisiones de marketing estratégico y cuál a decisiones de marketing mix.

### **• CONTENIDOS TRANSVERSALES. INTERDISCIPLINARIEDAD**

Esta unidad favorece el tratamiento de los contenidos transversales relacionados con la educación del consumidor y la educación moral y cívica. Los derechos del consumidor están descritos de un modo directo en su sección de *Marco legal*. En ella se dan indicaciones precisas de cuáles son esos derechos y los lugares y la manera en la que una persona puede defenderse de la vulneración de los mismos por parte de una empresa. Por otra parte, el *Estudio de casos* muestra cómo el marketing social no siempre es un simple sistema que sirve para vender un mayor número de productos, sino que en ocasiones hay detrás de él una labor social importante. En cuanto a la interdisciplinariedad de la unidad, la investigación de mercados precisa de técnicas estadísticas que se pueden estudiar en la asignatura de Matemáticas aplicadas a las Ciencias Sociales. Por ello, se presentan oportunidades de trabajo compartido con esta asignatura. Del mismo modo, existen contenidos comunes con la asignatura de Filosofía, ya que en esta unidad también se aborda el tratamiento de valores como la solidaridad, la

justicia, o el comportamiento ético de las empresas en sus campañas de marketing.

## **8. EL MARKETING MIX**

---

Los contenidos que vamos a desarrollar en esta unidad vienen a profundizar algunos de los que ya trabajamos en la unidad anterior. Si en la unidad 7 se analizaba la función comercial de la empresa en sus partes más generales, en esta unidad nos centraremos en las variables del llamado marketing mix. Por tanto, 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**

Conocer cuáles son los componentes de un producto y saber diferenciarlos de sus atributos.

Diferenciar entre gama y línea de productos.

Conocer cuál es el ciclo de vida de cualquier producto.

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.

Diferenciar entre las distintas clases de canales y clasificarlos según el vínculo existente entre los distintos eslabones del canal.

Explicar cuáles son los criterios que existen para escoger un canal de distribución u otro.

Conocer los distintos instrumentos de comunicación con que cuenta una empresa.

Distinguir entre lo que es publicidad, promoción de ventas, fuerza de ventas, relaciones públicas y marketing directo.

Conocer las restricciones que impone la legislación española al uso de la publicidad.

Explicar los pasos que hay que dar para organizar un equipo de ventas.

### **• CONTENIDOS**

#### **CONCEPTOS**

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**

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**

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**

54. Analizar un producto determinado indicando sus componentes y sus atributos.

55. Describir el ciclo de vida de un producto conocido.

56. Distinguir en qué casos se puede llevar adelante una política de precios u otra.

57. Explicar cuáles son los diferentes sistemas de fijación de precios que se pueden utilizar.
58. Escoger el canal de distribución más conveniente para un determinado producto.
59. Diseñar una estrategia de comunicación para la promoción de un producto y una empresa.
60. Explicar el concepto de marketing mix.
61. Explicar el concepto de marca.

#### • **CONTENIDOS TRANSVERSALES. INTERDISCIPLINARIEDAD**

Con esta unidad podemos favorecer el desarrollo de los contenidos transversales relacionados con la educación del consumidor. Especialmente con el *Marco legal*, que es la sección que más profundiza en este punto, ya que muestra cuáles son las clases de publicidad que no están permitidas por nuestra legislación. Por ello, nos presenta un instrumento muy eficaz para que los consumidores puedan defenderse ante prácticas abusivas de las empresas o las agencias de publicidad.

Del mismo modo, los contenidos que de forma general se estudian en esta unidad enseñan a los alumnos las técnicas que utilizan las empresas para intentar que los consumidores compren sus productos y no los de otras compañías. Con ello, nuestros alumnos y alumnas podrán desarrollar un juicio más elaborado y crítico sobre los bienes que adquieren normalmente.

## **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**

Identificar a los diferentes agentes económicos que son destinatarios de la información contable que elabora la empresa.

Describir los elementos que forman parte del patrimonio de una empresa.

Conocer la partida doble como técnica de representación de los hechos económicos.

Comprender la importancia del balance como estado contable representativo del patrimonio empresarial.

Diferenciar los elementos patrimoniales que forman parte del activo de aquellos otros que forman parte del pasivo.

Distinguir desde el punto de vista de la contabilidad la clasificación temporal entre el corto y el largo plazo.

Conocer los hechos económicos que recogen el Libro Diario y el Libro Mayor.

Explicar en qué consiste la Cuenta de Pérdidas y Ganancias y qué tipos de resultados se recogen en ella.

Conocer la legislación básica que afecta a las empresas a la hora de elaborar la contabilidad.

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.

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**

62. Aplicar los conocimientos adquiridos para diferenciar los elementos patrimoniales de un balance.
63. Explicar qué es el Libro Diario y el Libro Mayor.
64. A partir de una serie de datos, calcular los diferentes resultados de una Cuenta de Pérdidas y Ganancias.
65. Explicar qué registra una Cuenta de Pérdidas y Ganancias y describir los resultados que se recogen en ella.
66. Calcular el neto patrimonial de un balance tipo.
67. Describir las diferentes formas que existen de valorar un elemento patrimonial de la empresa.
68. Explicar qué son los bienes, los derechos y las obligaciones de una empresa.

### • **CONTENIDOS TRANSVERSALES. INTERDISCIPLINARIEDAD**

Como de lo que se trata en esta unidad es de la información económica de una empresa, se pueden trabajar los contenidos transversales relacionados con la educación del consumidor, ya que los consumidores, si desean invertir en Bolsa, necesitarán para adoptar sus decisiones de manera objetiva una información del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados de la empresa que sea transparente y veraz. También es posible trabajar los contenidos transversales vinculados a la educación moral y cívica, mediante el rechazo a la manipulación de las cuentas que persigue engañar a sus destinatarios.

Con respecto a la interdisciplinariedad, los contenidos de esta unidad pueden relacionarse con la asignatura de Geografía (*La posición de España en la Unión Europea*), como consecuencia de la necesidad de adaptar, en materia

contable, la legislación española a la europea.

## **10. LA FUNCIÓN FINANCIERA 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 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**

Conocer la estrecha relación que existe entre inversión y financiación.

Relacionar las partidas de activo del Balance con la estructura económica de la empresa, y las partidas de pasivo con la estructura financiera de la misma.

Saber representar e interpretar las diferentes partidas que forman parte de un Balance expresadas en tantos por ciento del total.

Conocer la importancia que tiene para el equilibrio financiero de la empresa la correspondencia entre las fuentes de financiación y su aplicación en forma de inversiones.

Saber calcular, a partir del Balance, el fondo de maniobra de una empresa.

Explicar las diferentes ratios que se utilizan para detectar equilibrios y desequilibrios financieros.

Saber interpretar los resultados obtenidos al aplicar un análisis de ratios al Balance de una empresa.

Describir las fases del ciclo de explotación de una empresa y saber calcular el período medio de maduración de la misma.

Distinguir entre las situaciones que provocan una suspensión de pagos y una quiebra, y comprender las implicaciones que una y otra tienen para el empresario y para los agentes sociales implicados en tales procesos.

Saber diferenciar cuándo una quiebra es fortuita, culpable o fraudulenta.

## • **CONTENIDOS**

### **CONCEPTOS**

Las decisiones financieras de la empresa: la relación entre financiación e inversión.

La estructura económica y financiera de la empresa.

Análisis porcentual del Balance.

El fondo de maniobra, definición y cálculo.

Análisis dinámico de balances.

Análisis de equilibrios y desequilibrios financieros mediante la técnica de las ratios.

El ciclo de explotación y el período medio de maduración.

La suspensión de pagos: declaración, convenio de acreedores y efectos que produce.

La quiebra empresarial: definición, tipos y efectos.

### **PROCEDIMIENTOS**

Análisis del Balance como estado contable que refleja la estructura económica y financiera de la empresa.

Elaboración gráfica de Balances con cifras expresadas en tantos por ciento del total.

Comparación de las partidas de activo fijo y activo circulante con las fuentes que las financian.

A partir de un Balance sencillo, realización de casos prácticos de cálculo en los que se determine la cuantía del fondo de maniobra.

Explicación de las diferentes ratios que existen para detectar situaciones de equilibrio y desequilibrio financiero.

Interpretación de los resultados obtenidos al aplicar las diferentes ratios a un Balance sencillo.

Análisis del ciclo de explotación de una empresa y realización de casos prácticos de cálculo donde se obtenga el período medio de maduración.

Comparación de las características y circunstancias que provocan una situación de suspensión de pagos y una quiebra.

### **ACTITUDES**

Interés por conectar la economía real de una empresa con su traducción contable en el Balance.

Valoración de la importancia que tiene el análisis de los estados contables para detectar situaciones que pudieran desembocar en una suspensión de pagos o en una quiebra.

Ser consciente de la importancia que tiene para la toma de decisiones el análisis de los estados contables.

Valoración positiva del papel del Estado como garante de la continuidad empresarial ante una situación de suspensión de pagos.

Ser consciente de la existencia de costes de oportunidad cuando se inmovilizan los recursos durante el ciclo de explotación empresarial.

Actitud crítica ante situaciones donde la negligencia o las malas artes de algunos empresarios desembocan en el cierre de la empresa.

#### • **CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

69. Aplicando los conocimientos adquiridos, calcular a partir del Balance el fondo de maniobra de una empresa e interpretar el resultado obtenido.
70. Explicar las diferentes ratios que se utilizan para detectar equilibrios y desequilibrios financieros.
71. Saber interpretar los resultados obtenidos al aplicar un análisis de ratios al Balance de una empresa.
72. Describir las fases del ciclo de explotación de una empresa y calcular el período medio de maduración de la misma.
73. Explicar las diferencias que hay entre la suspensión de pagos y la quiebra, y distinguir entre los diferentes tipos de quiebra que existen.

#### • **CONTENIDOS TRANSVERSALES. INTERDISCIPLINARIEDAD**

Esta unidad plantea la posibilidad de favorecer el tratamiento de los contenidos transversales relacionados con la educación moral y cívica, mediante el rechazo hacia aquellas situaciones que provocan los cierres empresariales y que ocasionan situaciones injustas a determinados colectivos, como por ejemplo a los trabajadores que se ven en el desempleo. También se puede trabajar la educación del consumidor, ya que este, como posible inversor en Bolsa, necesita conocer la situación financiera de las empresas donde invierte. Con respecto a la interdisciplinariedad, la unidad puede relacionarse con la asignatura de Historia del Mundo Contemporáneo, en concreto con el estudio que en ella se hace de la crisis de 1929 y la Gran Depresión de los años treinta, que a su vez se relacionan con las implicaciones que tiene la ausencia de control financiero en las empresas.

## **11. LA INVERSIÓN EN 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**

Diferenciar entre lo que es una inversión económica, relacionada con la estructura productiva, y una inversión financiera, relacionada con los activos financieros.

Clasificar los diferentes tipos de inversión en función de la aplicación que tengan dentro del sistema productivo.

Conocer los factores económicos y técnicos que condicionan la realización de una inversión.

Entender la utilidad que tienen las matemáticas financieras para el análisis de inversiones.

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.

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.

Describir el método de la tasa interna de rentabilidad (TIR) como criterio de selección de inversiones.

Conocer los criterios de selección de inversiones que no tienen en cuenta el deterioro de los flujos monetarios por el transcurso del tiempo.

Analizar las ventajas e inconvenientes que tiene cada uno de los criterios de selección de inversiones.

Definir el concepto de amortización, saber distinguir las causas que la originan y conocer los diferentes métodos que existen para su cuantificación.

Diferenciar entre el riesgo, la liquidez y la rentabilidad de una inversión en activos financieros.

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).

El criterio de la tasa interna de rentabilidad (TIR).

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.

La amortización de las inversiones. Causas que la generan, métodos y reflejo contable.

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.

Explicación de la tasa interna de rentabilidad (TIR) como criterio de selección de inversiones.

Descripción de los criterios estáticos de selección de inversiones.

Análisis de la amortización como forma de imputación del valor de las inversiones y de reconocimiento económico de la pérdida de valor de los activos.

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.

Valoración de la importancia que tiene, para decidir acometer la inversión, conocer la tasa interna de rentabilidad como dato a comparar con el tipo de interés vigente.

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

Valoración positiva del papel de la amortización como forma de hallar el coste real de los productos y como fórmula de autofinanciación empresarial.

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

### • **CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

74. Aplicando los conocimientos adquiridos sobre el criterio del valor actual neto (VAN), seleccionar entre varias inversiones aquella que más conviene.
75. Señalar las principales ventajas e inconvenientes de cada criterio de selección de inversiones.
76. Calcular la tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión y decidir su aceptación o rechazo.
77. Seleccionar entre varias inversiones aquella que según el plazo de recuperación sea más interesante.
78. Explicar el concepto de amortización y las causas que originan la depreciación de los equipos.
79. Describir la imputación contable de la amortización tanto en la Cuenta de Pérdidas y Ganancias como en el Balance.
80. Calcular la amortización anual de un elemento por alguno de los métodos considerados.

### • **CONTENIDOS TRANSVERSALES. INTERDISCIPLINARIEDAD**

Esta unidad permite, en su *Marco legal*, el tratamiento de los contenidos transversales relacionados con la educación del consumidor, ya que los alumnos deben saber que hay una serie de instituciones, dependientes del Estado, que velan por la transparencia en el funcionamiento de los mercados. Además, se puede tratar el tema transversal de la educación moral y cívica, en relación a la existencia de información privilegiada en los mercados financieros, la cual permite a unos pocos inversores obtener grandes ganancias. Con respecto a la interdisciplinariedad, los contenidos de esta unidad pueden relacionarse con la asignatura de Matemáticas, respecto al cálculo de la equivalencia financiera de los capitales. También se pueden relacionar con la Historia del Mundo Contemporáneo, en concreto con el estudio que en ella se hace del bloque comunista y de su hundimiento como consecuencia de la falta total de inversiones productivas y de investigación y desarrollo.

## **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**

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

Conocer cómo se constituye el capital inicial en una sociedad y diferenciar en una sociedad anónima entre capital suscrito y capital desembolsado.

Explicar el proceso de ampliación de capital que se lleva a cabo en una sociedad anónima.

Distinguir las diferentes formas de valoración que puede tener una acción de una empresa en general y de una sociedad anónima en particular.

Conocer los efectos económicos y políticos que sufren las acciones antiguas cuando se produce una ampliación de capital.

Explicar la autofinanciación como fuente de financiación interna, identificando sus tipos y reconociendo sus ventajas e inconvenientes.

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

Analizar las diferencias que existen entre acciones y obligaciones.

Conocer los elementos fundamentales del sistema fiscal español y los diferentes tributos que existen.

Explicar los elementos básicos que están definidos en todos los tributos.

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.

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**

81. 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.

82. Señalar las principales características de la autofinanciación.
83. Describir las fuentes de financiación ajena a corto y a medio y largo plazo.
84. Identificar las diferencias que existen entre acciones y obligaciones.
85. Analizar los tributos y sus elementos básicos.
86. Conocer el descuento comercial como fuente de financiación ajena a corto plazo.
87. Diferenciar capital suscrito de capital desembolsado.

• **CONTENIDOS TRANSVERSALES. INTERDISCIPLINARIEDAD**

En esta unidad se puede trabajar el tema transversal relacionado con la educación moral y cívica, en concreto en el *Marco legal*, que analiza el sistema fiscal, y en el que se puede desarrollar una actitud crítica hacia toda forma de evasión fiscal. También podemos desarrollar el tratamiento de la educación del consumidor, a lo largo de toda la unidad, ya que una gran cantidad de las fuentes financieras de las empresas provienen de los consumidores.

Con respecto a la interdisciplinariedad, los contenidos de esta unidad pueden relacionarse con la Historia del Mundo Contemporáneo, concretamente con el estudio que se hace del nacimiento de las sociedades anónimas en el tema de la revolución industrial, y con el análisis del sistema fiscal imperante de los países de la UE, que se puede abordar en el tema de la construcción de la Unión Europea.

### **13. ANÁLISIS SOCIAL, ECONÓMICO Y FINANCIERO DE LA EMPRESA**

---

En esta unidad se analiza cómo la medición adecuada y objetiva de los resultados de la gestión empresarial es una cuestión que interesa a diversos colectivos y que, por tanto, se precisa obtener unos parámetros –las rentabilidades– que permitan enjuiciar de una manera sencilla los resultados, sin que exista posibilidad de manipulación o tergiversación. En este sentido, el umbral de rentabilidad, que también analizaremos en esta unidad, debe entenderse como una herramienta más de gestión. Finalmente, reflexionaremos sobre la responsabilidad social de las empresas y cómo la sociedad exige, cada día con más fuerza, un mayor compromiso ético en las actuaciones empresariales.

---

#### **OBJETIVOS**

Conocer la diferencia que existe entre expresar una magnitud económica en términos absolutos o en términos relativos.

Analizar la Cuenta de Pérdidas y Ganancias en términos relativos.

Diferenciar, en un proceso de fabricación, los costes que van ligados a la producción (costes variables) de aquellos otros que son independientes de esta (costes fijos).

Conocer los diferentes tipos de rentabilidad que pueden obtenerse mediante la relación entre el Balance y la Cuenta de Pérdidas y Ganancias.

Saber la relación que existe entre rentabilidad económica, margen sobre ventas y rotación de ventas.

Comprender los beneficios que tiene para la empresa una relación amigable con el entorno.

Conocer los condicionantes que existen para elaborar el balance ético de una empresa.

Conocer y distinguir los diferentes conceptos tributarios del impuesto sobre la renta de las personas físicas, del Impuesto sobre Sociedades, del Impuesto sobre el Valor Añadido y del Impuesto sobre Actividades Económicas.

## • **CONTENIDOS**

### **CONCEPTOS**

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

Análisis porcentual y dinámico de la Cuenta de Resultados.

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 IVA y el IAE.

### **PROCEDIMIENTOS**

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

Análisis de la Cuenta de Resultados mediante el uso de tantos por cientos de participación de cada una de las partidas que la integran.

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**

88. Calcular los diferentes tipos de rentabilidad a partir de un Balance y una Cuenta de Pérdidas y Ganancias.
89. Explicar los diferentes conceptos tributarios del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, del Impuesto sobre Sociedades, del Impuesto sobre el Valor Añadido y del Impuesto sobre Actividades Económicas.
90. Resolver ejercicios en los que se simule la liquidación del Impuesto sobre el Valor Añadido y el Impuesto sobre Sociedades.
91. Relacionar el balance ético con la rentabilidad de la empresa.

### **• CONTENIDOS TRANSVERSALES. INTERDISCIPLINARIEDAD**

En esta unidad podemos trabajar los contenidos transversales relacionados con la educación del consumidor, ya que en el *Marco legal* se analizan el IRPF y el IVA. En este sentido, los alumnos y alumnas deben comprender que los impuestos permiten al Estado hacer frente a todos los gastos que el funcionamiento de un país exige. Además, la unidad favorece el tratamiento de la educación moral y cívica, en el apartado 4 (*Del balance social al balance ético de las empresas*), en el que los alumnos deben comprender que la responsabilidad ética que asumen las empresas no debe perjudicar sus resultados.

Respecto a la interdisciplinariedad, esta unidad puede relacionarse con la asignatura de Geografía, a través de las cuestiones relacionadas con el espacio geográfico en las actividades económicas, y con Historia del Mundo Contemporáneo, concretamente con las unidades que se ocupan de las sociedades democráticas, los derechos humanos y su influencia sobre la marcha de las empresas.

## 14. LA DIRECCIÓN DE LA EMPRESA

---

Esta unidad se centra en la labor que desempeña la dirección de una empresa. Los alumnos deben darse cuenta de que un buen equipo de trabajo no puede funcionar si no existen una o varias personas que se encarguen de dirigir los esfuerzos comunes hacia una misma dirección, y que al mismo tiempo coordinen todas las acciones que se realizan en la empresa. Es importante, por tanto, que los alumnos y alumnas comprendan la dificultad y la responsabilidad que entraña la labor de dirección, conozcan las funciones que desempeñan los directivos, las capacidades que deben tener y los diferentes estilos de dirección que existen.

---

### OBJETIVOS

Diferenciar entre las funciones y las capacidades de la dirección de una empresa.

Diferenciar los distintos estilos de dirección.

Establecer los nexos entre los distintos estilos de dirección y la manera en la que se toman las decisiones en una empresa.

Conocer cómo se planifica en una empresa.

Identificar las características que deben tener los objetivos de una empresa.

Comprender y conocer los distintos criterios que pueden servir para la toma de decisiones en una empresa.

Analizar el sistema de dirección por objetivos.

Saber cómo se marcan los parámetros de control para conocer si las actuaciones de la empresa han alcanzado los objetivos planteados.

Comprender la importancia de la información en el funcionamiento de una empresa.

Conocer las distintas posibilidades que ofrece nuestro ordenamiento legal a la hora de contratar a alguna persona.

Conocer cuáles son los derechos y los deberes de los trabajadores en nuestro país.

### • CONTENIDOS

#### CONCEPTOS

Las capacidades de la dirección: estratégica, ejecutiva y liderazgo.

Las funciones de la dirección: planificación, organización, dirección de recursos humanos y control.

Los estilos de dirección.

Planes estratégicos, tácticos y operativos.

Los objetivos de la empresa.  
La creación de valor económico y contable.  
Criterios para la toma de decisiones.  
El sistema de información.  
La dirección por objetivos.  
Las clases de contratación laboral.  
Los derechos y deberes de los trabajadores.  
La gestión del conocimiento.

### **PROCEDIMIENTOS**

Análisis de las ventajas e inconvenientes de los distintos estilos de dirección.  
Identificación de la necesidad de una dirección capacitada para que la empresa funcione.  
Confección de un plan para una empresa determinada siguiendo los pasos habituales.  
Identificación de los requisitos que deben cumplir los objetivos de una empresa.  
Análisis de las opciones que se pueden dar en caso de conflicto de objetivos.  
Identificación de las distintas etapas del control.  
Diferenciación de las distintas clases de información que existen en la empresa.  
Realización de un plan de dirección por objetivos.  
Identificación de la importancia de la creación de valor como determinante de las decisiones de la dirección de la empresa.  
Reconocimiento de sistemas que pongan en práctica la gestión del conocimiento.

### **ACTITUDES**

Valoración de las distintas capacidades que debe tener la dirección.  
Capacidad de estructurar planes tácticos y operativos a partir de un plan estratégico.  
Ser consciente de los problemas que se derivan de un conflicto de objetivos.  
Valoración de las consecuencias de utilizar cada uno de los criterios existentes para la toma de decisiones.  
Análisis crítico de los distintos criterios de control.  
Actitud crítica ante la dirección por objetivos.  
Valoración de las distintas clases de contrato laboral que existen.  
Actitud crítica ante la utilización de la creación de valor como único objetivo de la empresa.

Valoración de la necesidad de una gestión correcta del conocimiento en la empresa

• **CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

92. Describir las diferentes funciones y capacidades que debe tener la dirección, diferenciando unas y otras.
93. Decidir en una situación de incertidumbre aplicando los distintos criterios existentes.
94. Articular distintos tipos de control ante una situación determinada.
95. Identificar las distintas etapas de la dirección por objetivos.
96. Seleccionar el tipo de contratación más adecuado para casos particulares.
97. Analizar los derechos y deberes básicos de un trabajador.

• **CONTENIDOS TRANSVERSALES. INTERDISCIPLINARIEDAD**

Esta unidad nos va a permitir trabajar los contenidos transversales relacionados con la educación moral y cívica. El hecho de que la dirección de una empresa determine todas las relaciones que se dan en su interior, hace que no se pueda despreciar este aspecto. Por otra parte, el *Marco legal*, en el que se abordan la contratación laboral y los derechos y deberes de los trabajadores, nos permitirá, igualmente, profundizar en estos contenidos. En cuanto a la interdisciplinariedad, esta unidad puede relacionarse con la asignatura de Filosofía, especialmente a través de los temas que se abordan en la doble sección del *Marco legal*, y que tienen que ver con la contratación laboral y los derechos y deberes de los trabajadores.

## **15. LA ORGANIZACIÓN DE LAS EMPRESAS**

---

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**

Explicar la importancia de la organización de las empresas y cuál es su función esencial.

Conocer cuáles son las distintas formas organizativas que existen.

Diferenciar entre la organización formal y la informal.

Conocer los distintos criterios con los que se puede llevar a cabo la departamentalización de una empresa.

Adquirir los conocimientos que permitan escoger la mejor forma organizativa para cada empresa.

Analizar y comprender un organigrama.

Diferenciar las distintas formas de relación que se pueden dar entre los componentes de una empresa.

Diferenciar entre las formas organizativas simples y las complejas.

Explicar las diferencias y los inconvenientes que tiene cada forma organizativa.

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.

Las escuelas de pensamiento organizativo.

Las formas organizativas simples.

Los diseños organizativos: vertical, de equilibrio y horizontal.

Las formas organizativas complejas.

### **PROCEDIMIENTOS**

Elaboración de organigramas a partir de ejemplos concretos.

Análisis de organigramas de diferentes tipos de empresas.

Planificación y realización de departamentalizaciones de empresas utilizando diferentes criterios.

Identificación de las diferencias esenciales entre los diseños de organización vertical, de equilibrio y horizontal.

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**

98. Reconocer las principales formas organizativas de empresa que existen.
99. Describir las diferencias existentes entre las distintas clases de organigramas.
100. Explicar cuáles son las ventajas y las desventajas de cada una de las formas organizativas existentes.
101. Escoger un criterio de departamentalización adecuado para una determinada empresa.
102. Explicar la necesidad y las funciones que cumple la organización en una empresa determinada.
103. Diseñar correctamente un organigrama para un caso concreto de empresa, escogiendo el que más se ajusta a sus necesidades.
104. Diferenciar entre organización formal e informal.

### • **CONTENIDOS TRANSVERSALES. INTERDISCIPLINARIEDAD**

Esta unidad favorece el desarrollo de los contenidos transversales relacionados con la educación moral y cívica. El estudio de las diferentes formas organizativas de las empresas demuestra cómo estas no son neutrales a la hora de crear unas mejores condiciones de trabajo para los empleados. Del mismo modo, la unidad nos ayuda a analizar las distintas formas de relación que se pueden dar entre los jefes y los subordinados. Es necesario apreciar las ventajas y desventajas que tienen las diferentes formas sobre las relaciones laborales y la estabilidad en el empleo.

Con respecto a la interdisciplinariedad, esta unidad tiene nexos comunes con la asignatura de Historia del Mundo Contemporáneo. Por ejemplo, a través del estudio de las diferentes escuelas de pensamiento organizativo (*taylorismo*, etc.), que en dicha asignatura se abordan al analizar la segunda revolución industrial.

## **16. LOS RECURSOS HUMANOS: MOTIVACIÓN, LIDERAZGO Y COMUNICACIÓN**

---

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**

Comprender la importancia de contar con un buen equipo de personas que, además, estén motivadas para alcanzar los objetivos de la empresa.

Conocer las diferentes técnicas de motivación existentes.

Comprender qué es la motivación y la importancia que tiene en la empresa.

Conocer las diferencias que existen entre un líder y un directivo.

Identificar las características que debe tener un líder en una empresa.

Comprender las ventajas que puede tener la organización de equipos de trabajo.

Analizar las dificultades que puede tener trabajar en equipo.

Conocer los distintos elementos que integran el proceso de comunicación.

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.

### **• CONTENIDOS**

#### **CONCEPTOS**

La motivación humana.

Las técnicas de motivación.

El liderazgo.

Los atributos de un líder.

Grupos de trabajo.

Círculos de calidad.

La comunicación en la empresa y sus elementos: emisor, mensaje, código, canal de comunicación y receptor.

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.

Identificación y análisis comparativo de las ventajas y los inconvenientes que tiene el trabajo en equipo en una empresa.

Análisis del proceso de comunicación.

Identificación y valoración de los diferentes tipos de canales de comunicación que pueden utilizarse en una empresa.

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.

Valoración de los pros y los contras de los grupos de trabajo indicando en qué casos pueden ser más o menos convenientes.

Valoración de los procesos de comunicación de una empresa y capacidad de elección de la manera más adecuada de comunicación en cada caso particular.

Análisis crítico de los procesos de selección de personal.

### **• CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

105. Conocer las diferentes técnicas de motivación y su aplicación en casos particulares.
106. Identificar las distintas fuentes de poder de una empresa.
107. Analizar las distintas teorías que existen sobre la motivación.

108. Describir las distintas clases de grupos de trabajo.
109. Identificar la dinámica de los grupos de trabajo.
110. Diseñar las líneas básicas de un plan de comunicación para una empresa.
111. Conocer la normativa laboral española.
112. Conocer los distintos estilos de dirección. Liderazgo y dirección.

**• CONTENIDOS TRANSVERSALES. INTERDISCIPLINARIEDAD**

Esta unidad plantea la posibilidad de favorecer el tratamiento de los contenidos transversales relacionados con la educación moral y cívica. Los alumnos y alumnas deben comprender cómo la gestión de los recursos humanos no debe buscar únicamente la rentabilidad económica de la empresa, sino el enriquecimiento de los puestos de trabajo para que el empleado se vea motivado y le encuentre un sentido a su labor. El *Estudio de casos* que nos presenta la unidad aporta un ejemplo práctico que muestra cómo la empresa puede realizar una labor cívica y social motivando al mismo tiempo a sus trabajadores.

Con respecto a la interdisciplinariedad, la unidad puede relacionarse con la asignatura de Filosofía, a través de cuestiones como la motivación de los trabajadores y cómo conseguir que se sientan partícipes de una labor que puede resultar muy útil para el conjunto de la sociedad.

### 3. Temporalización.

El amplio temario y la necesidad de preparar a los alumnos para el examen de las PAU exigen una planificación minuciosa. La experiencia de cursos anteriores sugiere la siguiente:

- Unidad 1, semana 1
- Unidad 2, semana 2
- Unidad 3, semana 3
- Unidad 4, semana 5
- Unidad 5, semana 7
- Unidad 6, semana 9
- Unidad 7, semana 12
- Unidad 8, semana 14
- Unidad 9, semana 15
- Unidad 10, semana 16
- Unidad 11, semana 19
- Unidad 12, semana 23
- Unidad 13, semana 25
- Unidad 14, semana 26
- Unidad 15, semana 27
- Unidad 16, semana 29

#### 4. Metodología didáctica

La *metodología* es la forma concreta en la que se organizan, regulan y se relacionan entre sí los diversos componentes que intervienen en el proceso de aprendizaje: objetivos, contenidos, actividades, evaluación, recursos y medios didácticos; y, especialmente, alumnado, profesorado y comunidad educativa.

La metodología didáctica del Bachillerato favorecerá la capacidad del alumno para aprender por sí mismo, para trabajar en equipo y para aplicar los métodos apropiados de investigación. Se concederá importancia a la relación de los aspectos teóricos de las materias con sus aplicaciones prácticas en la sociedad.

La materia *Economía y organización de empresas* articula los contenidos procedimentales en torno a tres ejes organizativos relativos a: métodos de investigación social, identificación de problemas y formulación de hipótesis y búsqueda, recogida y tratamiento de la información, los procedimientos explicativos, y a las técnicas de comunicación.

Se utilizarán unas estrategias metodológicas básicas:

- Que partan de problemas o de cuestiones próximas al entorno y que sean motivadoras.
- Que tengan potencialidad para desencadenar procesos de aprendizaje significativo.
- Que tenga en cuenta los esquemas de pensamiento y las concepciones de los alumnos y alumnas, favoreciendo el trabajo de los mismos y su autonomía en el aprendizaje.
- Que propicie la indagación, basándose en la recogida y análisis de información de distintas fuentes en relación con el tema tratado.
- Que desemboque en la obtención de algunas conclusiones relevantes en relación con el problema trabajado y en su comunicación ordenada y clara.
- Que favorezcan el trabajo cooperativo, el intercambio entre iguales y la reflexión sobre el propio proceso de aprendizaje, lo que supone fomentar el trabajo en equipo como forma de relación laboral relacionada con su futura incorporación al mercado laboral.

En esta materia, especialmente, hay que proporcionar al alumnado un contacto con la diversidad de enfoques, escuelas y tratamientos de la ciencia económica y presentar la aportación de otras ciencias sociales.

Proporcionar un conjunto de términos y esquemas conceptuales para abordar los problemas económicos, seleccionando la información relevante, tratarla, ordenarla y valorarla. 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 consumo. También hay que considerar la incorporación de la mujer al trabajo, ocupando un espacio en la sociedad contemporánea y en el mundo laboral.

Hay que destacar la posibilidad que esta materia ofrece para el tratamiento de los temas transversales.

También es de destacar la importancia que adquiere la utilización de una metodología cooperativa, entendiendo como tal a aquella 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.

### **5. Materiales, textos y recursos didácticos que se vayan a utilizar.**

El libro de texto de referencia está publicado por la editorial S.M. El título: “Economía y Organización de Empresas 2” y los autores: Andrés Cabrera y Enrique LLuch. Será la guía fundamental, pero se complementará con fichas, ampliaciones, problemas...que se suministrarán a los alumnos cuando se considere necesario.

Se proporcionarán a los alumnos fotocopias de los exámenes de las PAU y direcciones web para afianzarse ante las mencionadas pruebas.

Periódicos y revistas de actualidad servirán junto con la utilización de Internet para acercar lo estudiado a la realidad.

La utilización de presentaciones interactivas es de gran utilidad y se empleará como recurso complementario.

### **6. Contribución a la adquisición de las competencias básicas**

Se tratará que los alumnos adquieran las siguientes competencias básicas:

-Competencia social y ciudadana, mediante los temas de reflexión y de debate, desarrollando una perspectiva crítica.

-Competencia básica de aprender a aprender, favoreciendo que los alumnos incorporen una estrategia intelectual que les permita aprender con autonomía, desarrollando sus propias capacidades.

-Competencia sobre el tratamiento de la información y competencia digital, mediante la búsqueda y el tratamiento de la información.

-Competencia matemática, mediante la resolución de problemas económicos básicos.

-Competencia de autonomía e iniciativa personal, al hacer ver la importancia de la toma responsable de decisiones, recalcando la importancia del espíritu emprendedor por parte de los empresarios

-Competencia lingüística, al redactar con soltura sencillos informes o análisis de textos económicos

### **7. Criterios de evaluación.**

De manera general se tendrán en cuenta los siguientes:

1. Conocer e interpretarlas distintas funciones de la empresa y sus interrelaciones, valorando su aportación según el tipo de empresa
2. Identificar las principales características del sector en que la empresa desarrolla su actividad explicar a partir de ellas, las distintas estrategias y decisiones adoptadas.

3. Analizar las principales características del mercado y explicar, a partir de ellas, las posibles políticas de marketing a adoptar.
4. Explicar la organización adoptada por la empresa y sus posibles modificaciones en función del entorno en el que desarrolla su actividad y de las innovaciones tecnológicas.
5. Diferenciar las posibles fuentes de financiación en un supuesto sencillo y razonar la elección más adecuada.
6. Valorar distintos proyectos de inversión sencillos y justificar razonadamente la selección de la alternativa más ventajosa.
7. Identificar los datos más relevantes del Balance y de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias de una empresa y explicar su significado y diagnosticar su situación a partir de la información obtenida.
8. Analizar un hecho o una información del ámbito empresarial.

El detalle por unidad didáctica aparece reflejado en el apartado 2 de la programación.

## **8. Procedimientos e instrumentos de evaluación.**

La evaluación del aprendizaje de los alumnos será continua. Se evaluará a los alumnos teniendo en cuenta los objetivos específicos y los criterios de evaluación.

Se efectuarán controles escritos periódicamente. En concreto el primero abarcará las unidades 1,2 y 3 y se efectuará aproximadamente en la última semana de octubre.

El segundo control recogerá los contenidos de las unidades 4,5 y 6 y se realizará aproximadamente en la segunda semana de diciembre.

El control de las unidades 7,8 y 9 se realizará en la 2ª semana de febrero y el 4º control del curso que abarcará las unidades 10,11 y 12 en la segunda semana de marzo aproximadamente.

En la tercera semana de abril se efectuará un control global que abarcará las unidades 1 a 8 y que deberán efectuar todos los alumnos independientemente de la calificación obtenida en los primeros controles.

En la segunda semana de mayo se realizará el control correspondiente a los temas 13, 14, 15 y 16. Por último, en los últimos días de clase, se efectuará un séptimo control que recogerá los temas 8 al 16 y que de nuevo realizarán todos los alumnos.

Los controles globales tienen una doble finalidad, por un lado permite una segunda oportunidad a los alumnos que tuvieron dificultades para superar los iniciales y por otro, mantienen los conocimientos mínimos actualizados de cara a las P.A.U.

La calificación del alumno en cada momento, será la nota media de los exámenes realizados.

Las notas reflejadas en los boletines de calificaciones corresponderán a las notas medias de las calificaciones obtenidas en los controles de referencia.

Además, se tendrán en consideración, para redondear la nota al alza o hacia abajo, los ejercicios y problemas realizados a lo largo de la evaluación y el cuaderno que se revisará en cada uno de los controles.

Aquellos alumnos que no alcancen la nota de 5, obtenida como nota media de los siete controles obligatorios realizados a lo largo de todo el curso, podrán realizar un último examen de suficiencia de la totalidad de la materia al finalizar el curso.

El examen extraordinario de septiembre abarcará la totalidad de la materia y tendrá un formato similar al de las PAU de la Comunidad de Madrid.

Si el alumno volviera a suspender la asignatura o no se presentara a la prueba extraordinaria de septiembre y la materia quedara pendiente deberá presentarse a las pruebas que se convoquen para superar la asignatura. Estas consistirán en dos controles escritos. El primero de ellos se efectuaría en enero y comprendería las 8 primeras unidades didácticas. El segundo se efectuaría en febrero y el contenido sería el de las 8 últimas unidades. Las fechas exactas se expondrán en los tablones de anuncios. La calificación obtenida será la nota media de ambos exámenes.

En el caso de los alumnos que pierdan el derecho a la evaluación continua por algunos de los motivos recogidos en el Reglamento de Régimen Interno lo prioritario será analizar con el tutor correspondiente los motivos particulares de cada alumno. Evidentemente, los casos pueden ser muy diferentes y en todo momento el departamento colaborará con el alumno y el tutor con la finalidad de establecer los cauces para resolver la situación. No es lo mismo una pérdida del derecho a la evaluación continua por enfermedad u otros motivos importantes o graves, que el abandono de la materia por desidia. En cualquier caso el alumno será evaluado según la legislación vigente.

## **9. Criterios de calificación.**

Los exámenes propuestos se asemejarán a los de las PAU de la Comunidad de Madrid con la finalidad de que los alumnos se familiaricen con las pruebas. La puntuación máxima que se podrá obtener será de 10 y constarán de 6 preguntas.

Las preguntas se ajustarán a los contenidos del currículo y las respuestas deberán estar siempre razonadas.

En cada control escrito se solicitará a cada alumno el cuaderno y las actividades realizadas durante el período considerado. Los ejercicios y problemas deberán estar solucionados y corregidos.

En todo momento se tendrán en cuenta las normas de estilo del IES Sierra de Guadarrama, aplicando en Bachillerato los criterios de corrección ortográfica y que establecen una sanción a partir de la tercera falta de -0.25 por falta (dos tildes = 1 falta) hasta un máximo de penalización de 3 puntos.

## **10. Procedimiento de recuperación de las evaluaciones pendientes.**

Teniendo en cuenta la naturaleza acumulativa de la materia y el procedimiento de evaluación expuesto, la nota del alumno será en cada momento la nota media de los exámenes realizados.

Si ésta fuera inferior a 5 al acabar el último de los siete exámenes programados, el alumno tendrá la oportunidad de presentarse a un nuevo examen global de suficiencia que abarcará la totalidad de la materia y cuya nota mínima ha de ser 5 para aprobar la asignatura en junio.

## **11. Procedimiento y actividades de recuperación para los alumnos con materias pendientes de cursos anteriores**

No hay alumnos en tal situación

## **12. Procedimiento y actividades de evaluación para los alumnos que pierdan el derecho a la evaluación continua.**

En el caso de los alumnos que pierdan el derecho a la evaluación continua por algunos de los motivos recogidos en el Reglamento de Régimen Interno lo prioritario será analizar con el tutor correspondiente los motivos particulares de cada alumno. Evidentemente, los casos pueden ser muy diferentes y en todo momento el departamento colaborará con el alumno y el tutor con la finalidad de establecer los cauces para resolver la situación. No es lo mismo una pérdida del derecho a la evaluación continua por enfermedad u otros motivos importantes o graves, que el abandono de la materia por desidia. En cualquier caso el alumno será evaluado según la legislación vigente.

## **13. Pruebas extraordinarias de septiembre.**

Aquellos alumnos que no alcancen la nota de 5, obtenida como nota media de los siete controles obligatorios realizados a lo largo de todo el curso, podrán realizar un último examen de suficiencia de la totalidad de la materia en junio.

En el caso de no alcanzar la calificación mínima de 5, el alumno deberá presentarse a la prueba extraordinaria de septiembre, que consistirá en un examen con estructura similar al de las PAU de la Comunidad de Madrid y similar a los realizados a lo largo del curso

## **14. Procedimiento para que el alumnado y, en su caso, sus familias, conozcan los criterios de evaluación y calificación.**

En los primeros días de clase se informará a los alumnos sobre los criterios de evaluación y de calificación, explicándolos detalladamente y resolviendo las dudas que pudieran surgir.

Se entregará copia de los mismos, que deberá ser devuelta al departamento.

En la página Web del IES, en cada departamento, estarán disponibles para su consulta.

## **15. Medidas ordinarias de atención a la diversidad.**

La *atención a la diversidad* es la respuesta adecuada a las distintas necesidades, intereses y capacidades del alumnado a través de distintos cauces, como pueden ser pequeñas adaptaciones curriculares, programas específicos para los alumnos con necesidades educativas especiales, optatividad y opcionalidad de modalidades y materias.

La diversidad como principio curricular distinto y complementario al de comprensividad, alude a la posibilidad de ofrecer una respuesta educativa ajustada tanto a la variedad y riqueza de situaciones que se dan en el medio

escolar, como a la diferenciación progresiva de intereses y necesidades que se producen en el alumnado a lo largo de la vida escolar. El currículo de Bachillerato, más diversificado que el de Educación Secundaria Obligatoria, se concreta con una oferta abierta y flexible de contenidos, capaz de responder a la progresiva diferenciación de intereses, aptitudes y necesidades que se producen en el alumnado a lo largo de la etapa.

La atención y el tratamiento de la diversidad de contextos y situaciones que se dan en el medio escolar supone reconocer las diferentes motivaciones, capacidades, estilos de aprendizaje e intereses de los alumnos y alumnas y su medio. Consecuentemente, este principio curricular que recomienda la atención a las diferencias individuales y contextuales ha guiado la configuración de esta etapa, dando lugar a una estructura de distintas modalidades, itinerarios y opciones.

El profesorado ajustará la ayuda pedagógica a las diferentes necesidades, facilitará los recursos y establecerá las estrategias variadas, a través de:

- La metodología.
- La selección de materiales y recursos variados en número, extensión, tipo, código que utilizan, grado de dificultad, etc. tanto dentro como fuera del aula, e incluso del centro (excursiones, visitas, prácticas,...).
- Los Proyectos curriculares y las Programaciones que permitan introducir cambios que se producen en la práctica habitual, con el objetivo de atender a todos los alumnos y alumnas.

#### **16. Adaptaciones curriculares para los alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo.**

No hay alumnos que las requieran.

#### **17. Actividades complementarias y extraescolares.**

Se considera interesante la posibilidad de que los alumnos reciban información y visiones diversas sobre asuntos económicos por parte de personas expertas. Por ello, se intentará asistir a alguna charla coloquio, a alguno de los talleres sobre consumo que se organizan para jóvenes o visitar una empresa

#### **18. Actividades para el fomento de la lectura.**

Uno de los objetivos del departamento es fomentar la lectura transmitiendo la idea de actividad enriquecedora. A lo largo del curso se realizarán multitud de minilecturas sobre textos escogidos de libros y artículos periódicos que ilustren los contenidos desarrollados.

Por otro lado, se recomendarán lecturas complementarias y de ampliación sobre los temas tratados y se determinarán otras para vacaciones, siempre cuidando que el nivel sea el adecuado.

Lo fundamental es fomentar la lectura con temas de interés y actuales pero que a la vez sean atractivos y útiles.