



# I.E.S. Galileo Galilei

## PROGRAMACIÓN BACHILLERATO

Curso : 2011/2012

Materia: Economía de Empresa  
(2º BACH. CCSS)

MD75PR03RG	REVISIÓN: 0	Página 1 de 38
Destino del Documento	Jefe de Estudios	

## OBJETIVOS

Siguiendo las pautas marcadas por el Currículo Oficial, la materia de Economía de la Empresa contribuye a que los alumnos y alumnas desarrollen las siguientes capacidades:

1. Conocer el papel que desempeña la empresa como agente económico inmerso en el entorno en el que desarrolla su actividad.
2. Analizar las influencias recíprocas entre la empresa y su entorno.
3. Relacionar los distintos estilos de dirección con la motivación y la comunicación en la empresa.
4. Valorar la importancia del factor humano en la empresa.
5. Comprender la labor desempeñada por la empresa en un sistema de economía de mercado.
6. Analizar las características más relevantes de distintos tipos de empresa, identificando sus funciones e interrelaciones y su organización.
7. 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
8. Mostrar la relación de la empresa y el mercado, analizar la importancia de las políticas de precio, producto, distribución y comunicación.
9. 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.
10. 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.
11. 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.
12. 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.
13. Comprender de forma clara y coherente y, en su caso, valorar críticamente, informaciones sobre hechos relevantes.

## CONTENIDOS

Los contenidos básicos que han de impartirse en la materia de Economía de la Empresas vienen establecidos en la Orden de 5 de Agosto de 2008, sin embargo, estas orientaciones en materia de contenidos, no condicionan ni la organización ni la secuenciación de los mismos, que serán estructurados según la visión de cada profesor o profesora y en función de aspectos tales como disponibilidades de tiempo, recursos, capacidades,

motivaciones e intereses de los alumnos y alumnas, así como la interrelación con el resto de materias estudiadas y los contenidos exigidos para la prueba de selectividad.

### **Organización y secuenciación.**

En nuestro caso, y teniendo en cuenta los criterios citados anteriormente, hemos organizado y secuenciado los contenidos en 15 unidades didácticas:

1. Actividad económica y empresa.
2. Clases y formas de empresas.
3. Entorno de de la empresa y estrategia empresarial.
4. El desarrollo de las empresas.
5. La función productiva de las empresas.
6. Productividad, eficiencia e innovación.
7. La función comercial de la empresa.
8. Los instrumentos del marketing mix.
9. La financiación de la empresa
10. Las inversiones de la empresa□.
11. El patrimonio y las cuentas de la empresa.
12. Análisis financiero de la empresa.
13. Análisis económico y social de la empresa
14. Dirección y organización de la empresa.
15. La dirección de recursos humanos.

<b>TEMPORALIZACIÓN</b>		
<b>EVALUACIÓN</b>	<b>UNIDADES / BLOQUES</b>	<b>SESIONES (HORAS)</b>
<b>1ª</b>	Primer trimestre Unidades 1-6 A cada unidad didáctica dedicaremos entre 5 y 10 sesiones	<b>53 horas</b>
<b>2ª</b>	Segundo trimestre: Unidades 7-12	<b>46 horas</b>
<b>3ª</b>	Tercer trimestre: Unidades 13-15	<b>22 horas</b>

<b>METODOLOGÍA</b>
<p>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. De igual modo subrayará la relación de los aspectos teóricos de las materias con sus aplicaciones prácticas en la sociedad. Así, los principios metodológicos en los que basaremos el proceso de enseñanza-aprendizaje son:</p> <p>Metodología coherente. Ha de ser prevista y planificada. Fomento del autoaprendizaje. “Aprender a aprender.”</p> <p>Búsqueda del aprendizaje constructivo. Se parte del nivel de desarrollo del alumno o alumna y se construirán aprendizajes significativos, no memorísticos,</p>

que les permitan asimilar los contenidos y aplicarlos en otras situaciones y en la vida real (aprendizaje funcional).

Metodología activa y participativa. Los alumnos y alumnas son protagonistas del proceso de aprendizaje.

Fomento del uso de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación. La realización de actividades haciendo uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, por ejemplo Internet, aumenta la motivación del alumnado y les permite nuevas vías para la investigación y búsqueda de información.

Utilizaremos dos tipos de estrategias metodológicas:

Estrategias expositivas: para aquellos contenidos más teóricos o abstractos, así como para las explicaciones introductorias con la intención de dar una visión general del tema a trabajar.

Estrategias de indagación: se utilizarán para enfrentar a los alumnos y alumnas con problemas y cuestiones en las que deben de aplicar de manera reflexiva los conceptos. Permiten aplicar lo aprendido teóricamente para la adquisición de procedimientos y actitudes. El papel del profesor debe de ser de motivador, orientador y guía del proceso de aprendizaje; estructura el tema, informa, anima, etc. Debe buscar la participación de todos los alumnos y alumnas, atender a la diversidad y crear un buen clima de trabajo en el aula. El papel del alumno y alumna es el de protagonista del proceso de aprendizaje. Es por ello necesario conocer al alumnado, sus conocimientos previos, intereses, motivaciones, etc. El éxito del proceso de enseñanza-aprendizaje depende de esto.

## CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y RECUPERACIÓN

(Trimestral y final)

Los principios en los que debe basarse la evaluación del proceso de enseñanza son:

1. La evaluación debe ser completa. Para ello debe, por un lado, llevarse a cabo a través de instrumentos variados y por otro, ser criterial, es decir, estar suficientemente acotada mediante los criterios de evaluación.
2. La evaluación debe ser continua. Este principio se consigue a través de tres tipos de evaluación: *evaluación inicial o diagnóstica*, *evaluación formativa* y *evaluación final o sumativa*.

*Evaluación inicial:* nos permite conocer el punto de partida del alumnado sus conocimientos, sus carencias y su grado de motivación. A través del torbellino de ideas inicial y de la posterior discusión informal se realizará una evaluación inicial del grupo que permitirá detectar el nivel de conocimientos que posee el alumnado y elaborar la selección del material que se va a usar más adelante de acuerdo con él.

*Evaluación formativa o procesual.* Trataremos de recabar información sobre la evolución del proceso de aprendizaje para valorar los progresos y dificultades del alumnado. Esta evaluación se llevará a cabo a través de la observación directa del profesor que aplicará su atención a la forma en la que cada alumno y alumna desarrolla su trabajo, a la participación de cada uno, también se evaluarán los documentos aportados a medida que vayan siendo elaborados.

*Evaluación sumativa o final:* nos proporciona información sobre los resultados obtenidos y sobre el grado de aprendizaje en el momento de finalizar la unidad didáctica.

### **8.1. Instrumentos de Evaluación.**

Las directrices que se han tenido en cuenta a la hora de diseñar los instrumentos a través de las cuales se va a evaluar el proceso de aprendizaje son las siguientes:

- Consideración de las características, intereses y capacidades de los alumnos.
- Elección de actividades que faciliten el aprendizaje por descubrimiento.
- Utilización de métodos y recursos variados. Así, y siguiendo el principio de evaluación completa, los instrumentos que, con carácter general, utilizaremos son:

#### **a. Pruebas objetivas. (80%)**

Se realizan 2 pruebas objetivas por trimestre.

La estructura de cada prueba se corresponde al modelo seguido en las pruebas de selectividad y es la siguiente:

- 2 cuestiones teórica, con un total de 3 puntos. Cada una tendrá una puntuación máxima de 1,5 puntos.
- 2 problemas, con un valor total de 4 puntos. Cada uno tendrá una puntuación máxima de 2 puntos.
- 10 preguntas tipo test de tres respuestas alternativas y sólo una correcta, con un valor total de 3 puntos. Cada respuesta correcta se calificará con 0,3, cada incorrecta restará 0,1 y el hecho de no contestar no puntuará.

La calificación de la evaluación en este apartado, se obtendrá realizando la media aritmética de las dos pruebas realizadas en dicha evaluación, esta media ha de ser igual o superior a cinco representará el 80% de la calificación. Para aprobar un examen no se puede tener una calificación inferior a dos, en la parte práctica o en la parte escrita. En cada prueba entrará para el tipo test todos los contenidos estudiados hasta el momento de realización de la prueba y podrá caer cualquier tipo de problema trabajado hasta la fecha. Las preguntas cortas a desarrollar serán exclusivamente de los contenidos trabajados para el control en cuestión.

**Nota:** en la corrección de los controles se tendrán en cuenta las normas de corrección de la expresión y la ortografía. Cada falta de ortografía resta 0.25 puntos de la nota, y con 10 faltas o más no se corrige el examen.

#### **b. Trabajos (actividades). (10%)**

Vamos a distinguir entre los trabajos y actividades grupales de los trabajos y actividades realizados individualmente. Los trabajos grupales se valorarán de la siguiente forma (50%):

- Trabajo de investigación.....40%
- Exposición y medios utilizados.....30%
- Análisis crítico y personal.....20%
- Participación en la exposición.....10%

En cuanto a los trabajos individuales, su valoración será (50%):

- No lo realiza.....0

- Lo realiza mal.....5
- Lo realiza bien.....10

#### **c. Observación directa. (10%)**

Aquí se tendrán en cuenta aspectos tales como: asistencia, participación, salidas a la pizarra, actitud positiva, motivación e interés. Con un 10% de faltas de asistencia sin justificar, se pierde el derecho a la evaluación continua.

#### **Sistema de recuperación.**

Ya que los instrumentos de evaluación son variados, el sistema de recuperación debe serlo también. Así, para aquellos alumnos que no obtengan una valoración positiva en alguno de los instrumentos antes enumerados, realizarán al comienzo del siguiente trimestre una prueba global que consistirá:

-

En el caso de *pruebas objetivas* con valoración negativa: realizarán una prueba que abarque todas las unidades didácticas estudiadas en el trimestre. Esta prueba tendrá la misma composición y valoración indicada anteriormente. Llegado el tercer trimestre aquellos alumnos y alumnas que no hayan recuperado alguno de los trimestres tendrán una nueva oportunidad, de manera que tendrán otra prueba escrita para recuperar el trimestre con calificación negativa, pero si el alumno o alumna ha tenido calificación negativa en dos o tres trimestres se presentará con todas las unidades trabajadas durante el curso. –

En el caso de *trabajo grupal* con valoración negativa: realizarán un trabajo individual que verse sobre los contenidos no superados. - Los alumnos que hayan obtenido una calificación negativa de la materia en junio, en septiembre realizarán una prueba escrita de toda la materia. La prueba escrita tendrá la misma composición que las realizadas durante el curso y han de obtener una calificación igual o superior a 5 para aprobar.

### **PROGRAMACIÓN DE UNIDADES DIDÁCTICAS**

(OBJETIVOS/CONTENIDOS/CRITERIOS DE EVALUACIÓN)

#### **Unidad 1. El papel de la empresa en la economía**

Esta unidad didáctica acercará a los alumnos a la realidad de la empresa y del empresario en el mundo actual, entendida como el resultado de una evolución histórica en la que intervienen un entorno cambiante y dinámico y un conjunto de grupos sociales que se relacionan a través de la empresa, pero que tienen objetivos diferentes.

En ella se resume la totalidad de los problemas que serán tratados posteriormente. La unidad plantea la empresa como sistema socio-técnico, analizando las características del mismo y sus objetivos internos y externos. Refiere los medios de los que dispone para llevarlos a cabo en su nivel más general y plantea las necesidades de organización y estructura que debe tener toda institución.

Si los alumnos entienden y sistematizan los conocimientos adquiridos en esta unidad, tendrán un esquema general del curso con el que podrán establecer un aprendizaje significativo que les permitirá tener una visión panorámica de las cuestiones esenciales del mundo de la empresa.

Por otro lado, los alumnos deben entender que la empresa es un mecanismo más de la sociedad que estructura la organización económica, ya que al ser la unidad básica de producción de los bienes y servicios, coordina los factores productivos mediante criterios de eficiencia, con el objetivo de solucionar, de la mejor manera posible, el problema de la escasez, base de toda decisión económica.

#### **OBJETIVOS DIDÁCTICOS**

- Entender la naturaleza de la actividad económica.

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

### CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Definir e identificar los diferentes recursos y agentes económicos, y las interacciones que se establecen entre ellos.
- Definir, distinguir y relacionar las distintas partes del ciclo productivo, las áreas funcionales y los componentes de la empresa.
- Caracterizar el funcionamiento de los mercados y los diferentes tipos de ellos que existen según su competencia.
- Explicar las causas de los diferentes tipos de objetivos que se plantean en la empresa a partir de los grupos sociales que actúan en ella.
- Describir las diferentes teorías sobre la empresa y la figura del empresario.

### DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS BÁSICAS

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

También se puede trabajar con esta unidad el desarrollo de la **competencia para aprender a aprender** a través de las actividades que se plantean en ella, con ejercicios de síntesis y análisis que permiten encarar diversos problemas intelectuales.

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

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

### CONTENIDOS

#### CONCEPTOS

1. La actividad económica: preguntas básicas.
2. Las relaciones entre los agentes económicos y la coordinación entre ellos.
3. Las funciones de la empresa en la economía de mercado.
4. Teorías y evolución del concepto de empresario y la visión actual.

5. Concepto de beneficio y de rentabilidad.
6. El ciclo de producción.
7. Componentes de la empresa.
8. Los grupos sociales de la empresa.
9. Áreas funcionales de la empresa.
10. Los diferentes objetivos de la empresa.
11. Teorías sobre la empresa.
12. El mercado y clasificación según el grado de competencia que se da en él.

### **PROCEDIMIENTOS**

- Clasificación y descripción de los medios de producción, así como de los agentes económicos y de los mecanismos de coordinación o mercados.
- Creación y utilización de gráficos para mostrar las relaciones entre los agentes económicos, la creación de valor y el ciclo de producción.
- Creación y utilización de cuadros comparativos para el estudio y análisis de las diferentes teorías sobre el empresario, la empresa y los distintos tipos de mercado atendiendo a la competencia.
- Clasificación y diferenciación de las diferentes áreas de la empresa y de los componentes que la constituyen.
- Diferenciación de los diferentes objetivos de la empresa y de las causas que los originan.
- Creación y utilización de mapas conceptuales para sintetizar la realidad de la empresa y sus diferentes dimensiones.
- Aplicación de los diferentes contenidos a la realidad mediante ejemplos cercanos extraídos de los medios de comunicación.

### **ACTITUDES**

- Valoración de la complejidad de las interacciones entre los diferentes elementos y agentes que participan en la actividad económica.
- Concienciación de la importancia de la empresa en la sociedad actual como generadora de riqueza y creadora de utilidad de los bienes y servicios.
- Valoración crítica y sin prejuicios de la figura del empresario y del origen de los beneficios que genera su actividad.
- Reconocimiento de la importancia de los diferentes grupos sociales que participan en la realidad de la empresa.

## **Unidad 2. Clases y formas de empresa**

La presente unidad se centra en el estudio de las formas de empresa más significativas desde la perspectiva jurídica. Además de las principales características que definen cada tipología, se lleva a cabo un análisis de la adaptabilidad a cada tipo de negocio.

Es fundamental que los alumnos y alumnas cuenten con las herramientas necesarias para emitir juicios a cerca de por qué unas formas jurídicas son más adecuadas que otras para cada una de las diferentes clases de empresa. Para ello es preciso que, además de las características técnicas de cada estructura jurídica, se parta de la realidad, y se justifique de forma razonada por qué unas se adaptan mejor que otras a diferentes formas de negocio, teniendo en cuenta el riesgo que quieren asumir los propietarios, la relación entre ellos, el objetivo y dimensión empresarial, etc.

En definitiva, el objetivo prioritario de esta unidad es que el alumno llegue a conocer las características principales de las distintas formas de empresa desde el punto de vista jurídico, y analice razonadamente la forma jurídica más apropiada a situaciones concretas.

### **OBJETIVOS DIDÁCTICOS**

- Conocer los principales criterios de clasificación de las empresas.



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

### CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Describir e identificar los principales criterios de clasificación de las empresas.
- Distinguir 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.
- Diferenciar las empresas personalistas, capitalistas y de economía social.
- Definir qué es una acción, diferenciar sus distintas clases y conocer los derechos que su posesión confiere a sus propietarios.
- Conocer las ventajas y desventajas de cada una de las formas jurídicas de empresa.

### DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS BÁSICAS

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

También, entre los contenidos, se va a trabajar de manera muy especial la **competencia en el conocimiento y la interacción con el mundo físico**, al incorporar la descripción jurídica de las principales empresas. En este sentido, recordemos que las empresas conforman una parte esencial del entorno del ser humano y que en ese entorno, los alumnos de Bachillerato participan de forma más o menos inmediata: en la actualidad como consumidores, y en un futuro próximo, bien como trabajadores por cuenta ajena o como emprendedores.

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

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

### CONTENIDOS

#### CONCEPTOS

1. Principales criterios de clasificación de empresas: según sector de actividad, ámbito de actuación, tamaño o dimensión y titularidad del capital.
2. Las empresas según su forma jurídica: rasgos principales de diferenciación.
3. El empresario individual: concepto, características y ventajas e inconvenientes de esta forma

jurídica.

4. Las sociedades personalistas, sus tipos.
5. Las sociedades de responsabilidad limitada: concepto, características y ventajas e inconvenientes.
6. La sociedad anónima: concepto, características y ventajas e inconvenientes.
7. Las acciones en las sociedades anónimas.
8. Las empresas de economía social o de interés social: tipos, características y ventajas e inconvenientes.

#### PROCEDIMIENTOS

- Clasificar las formas jurídicas de empresa según el número de socios y su responsabilidad, y el capital aportado al inicio de la sociedad.
- Llevar a cabo simulaciones sobre creación de empresas, que impliquen justificar la forma jurídica más apropiada.
- Partiendo de situaciones concretas relativas a la dimensión de una empresa, a su ámbito de actuación, a la necesidad de financiación, a la responsabilidad asumida por los propietarios, al número de socios, etc., justificar razonadamente la tipología jurídica de empresa más conveniente.
- Realizar cuadros comparativos que indiquen las diferencias entre las distintas formas jurídicas de empresa, así como las ventajas y desventajas de cada una de ellas.
- Identificar los pasos necesarios para la constitución de una sociedad.
- **Realización de debates acerca de las ventajas y los inconvenientes que tienen las empresas de economía social respecto a otras clases de empresas.**

#### ACTITUDES

- Capacidad para reconocer las distintas formas jurídicas de empresa y las ventajas e inconvenientes que presenta cada una de ellas.
- Ser conscientes de la importancia que tiene, para el logro de los objetivos empresariales, la elección de la forma jurídica.
- Valorar positivamente las empresas de economía social y, en especial, las posibilidades que ofrecen para el empleo en épocas de crisis.
- Interés por conocer el funcionamiento democrático de los órganos de dirección de las sociedades.
- Interés por conocer la complejidad de las sociedades anónimas, así como los problemas derivados de los diferentes objetivos existentes entre propietarios y gestores.
- 

### Unidad 3. Entorno de la empresa y estrategia empresarial

Esta unidad pone de manifiesto la interrelación existente entre la empresa y el entorno que la rodea. La empresa como subsistema dentro del sistema económico-social, genera beneficios tanto para la sociedad como para la propia empresa, a saber: riqueza, empleo, beneficios empresariales, etc. Pero, al mismo tiempo, de la actividad empresarial surgen costes originados (contaminación, pérdida de biodiversidad, etc.), que son asumidos por la sociedad. Este fenómeno, conocido como externalidades negativas, debe ser reducido a la mínima expresión.

De forma paralela, además del entorno global en el que la empresa se desarrolla, 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.

El entorno empresarial es dinámico; las empresas no solo reciben influencias, sino que también condicionan el medio en el que actúan. Ante tal complejidad y dinamismo, las empresas deben obrar de acuerdo con un plan estratégico, teniendo presente en su diseño la responsabilidad social de la empresa.

#### OBJETIVOS DIDÁCTICOS

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

### CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Describir e identificar los factores del entorno general y específico de una empresa.
- Citar y explicar brevemente las diferentes amenazas y oportunidades que pueden afectar a una empresa.
- Describir las estrategias básicas que la empresa adopta para alcanzar ventajas competitivas que permitan el logro de sus objetivos.
- Analizar los distintos ámbitos de responsabilidad de la empresa.
- Describir brevemente las leyes que garantizan el funcionamiento del mercado desde el punto de vista de la competencia.

### DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS BÁSICAS

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

- **Fomento de la autonomía e iniciativa personal**, porque se utilizan los procesos de toma de decisiones para planificar estrategias y asumir retos. Estos ejercicios enseñan a convivir con la incertidumbre.
- Se consolidan destrezas involucradas en la **competencia de aprender a aprender**, tales como la autonomía, la perseverancia, la sistematización, la reflexión crítica y la habilidad para comunicar resultados.
- El análisis del entorno empresarial exige sintetizar las características más relevantes de una situación real e importante del sistema socioeconómico, lo que constituye una oportunidad para favorecer en nuestros alumnos el desarrollo de la **competencia en el conocimiento y la interacción con el mundo físico**.
- El análisis de la responsabilidad social y medioambiental de las empresas es un tema propicio para que los alumnos mantengan una actitud crítica ante las situaciones en las que determinadas empresas generan costes sociales; de este modo, se favorece el desarrollo de la **competencia social y ciudadana**.

### CONTENIDOS

#### CONCEPTOS

1. Factores del entorno general.

2. Factores del entorno específico.
3. Sector de actividad, liderazgo, cuota de mercado y poder de mercado.
4. Las fuerzas competitivas dentro de un sector.
5. Análisis del entorno: el método DAFO.
6. La estrategia competitiva: principales estrategias competitivas de la empresa.
7. La responsabilidad social y medioambiental.
8. La responsabilidad social de la empresa y sus ámbitos.
9. El marco jurídico de la actividad empresarial.

#### **PROCEDIMIENTOS**

- Definición breve de los diferentes factores del entorno de la empresa.
- Diferenciación entre los factores del entorno general y los factores del entorno específico.
- Análisis de la cuota de mercado e identificación de la empresa líder de un sector.
- Elaboración de diagnósticos del sector y previsión de pronósticos aplicando el método DAFO.
- Identificación de las fuerzas competitivas que caracterizan a un sector.
- Análisis de las diferentes estrategias que puede adoptar una empresa para ser competitiva.
- Descripción y diferenciación de los diferentes ámbitos de responsabilidad social de la empresa.
- Analizar textos que pongan de manifiesto los costes sociales generados por determinadas empresas.

#### **ACTITUDES**

- Valorar la adaptación de la empresa a su entorno como condición básica para su desarrollo.
- Conocer la importancia que tiene para la empresa la correcta distribución de recursos.
- Ser consciente de la obligatoriedad que tienen las empresas de respetar las leyes que regulan el mercado.
- Actitud crítica hacia aquellos sectores de actividad que falsean o restringen la competencia.
- Valoración de la tecnología como estrategia competitiva básica.
- Actitud crítica ante aquellas situaciones en las que determinadas empresas no asumen los costes sociales que genera su actividad.
- Reconocer el compromiso ético que adoptan determinadas empresas.

### **Unidad 4. El desarrollo de las empresas**

Desde el mismo momento de la creación de una empresa, deben tomarse dos decisiones estratégicas de enorme calado relativas a su dimensión o capacidad productiva, y a su ubicación. La supervivencia o la desaparición de la empresa, en buena medida, va a depender del acierto de esas dos decisiones. Los alumnos y alumnas deben comprender la trascendencia e interrelación de ambas decisiones.

En relación con la dimensión óptima, se van a analizar las diferentes posibilidades de crecimiento empresarial. Las estrategias para conseguirlo pueden ser muy variadas, desde buscar el crecimiento de forma autónoma, hasta intentar emprender esta senda junto con otras compañías.

La unidad finalizará con un análisis en profundidad de la convivencia entre las pymes y empresas multinacionales, abundando en las características, ventajas e inconvenientes de cada una de ellas.

#### **OBJETIVOS DIDÁCTICOS**

- Analizar las decisiones estratégicas relativas a la localización y dimensión empresarial.
- Establecer las interrelaciones existentes en la toma de decisión empresarial, entre la localización y la dimensión empresarial.
- Explicar y distinguir los factores que determinan la localización de una empresa industrial de otra comercial y de servicios.
- Describir los criterios que se emplean para medir la dimensión de las empresas.

- Identificar la interrelación existente entre capacidad productiva, ocupación y dimensión empresarial.
- Distinguir las distintas vías que tiene la empresa para crecer y aprovechar las economías de escala.
- Explicar las estrategias de especialización y diversificación como alternativas para lograr el crecimiento de la empresa.
- Analizar la integración vertical junto con las posibilidades que ofrece la subcontratación.
- Explicar las diferentes vías de crecimiento externo a través de la concentración y cooperación empresarial.
- Explicar y comparar las ventajas e inconvenientes de la gran empresa frente a las pymes.
- Conocer las diferentes estrategias de desarrollo de las empresas multinacionales y analizar las ventajas e inconvenientes de su implantación en un país.

### CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Enumerar, explicar y aplicar a situaciones simuladas, los factores de localización, tanto comercial o de servicios, como industrial.
- Enunciar y conocer los criterios que habitualmente se utilizan para medir la dimensión de las empresas.
- Identificar las distintas posibilidades de crecimiento de las empresas.
- Comprender qué es la integración vertical de las empresas y explicar las diferentes vías de crecimiento externo.
- Analizar y explicar las ventajas e inconvenientes y la relación de complementariedad, entre las grandes empresas y las pymes.

### DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS BÁSICAS

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

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

### CONTENIDOS

#### CONCEPTOS

1. Localización y dimensión empresarial.
2. La localización industrial y la localización comercial y de servicios.
3. Criterios empleados para medir la dimensión de las empresas.
4. Dimensión, capacidad productiva y ocupación.
5. Las economías de escala. La dimensión óptima de la empresa.
6. El proceso de desarrollo de las empresas.
7. Las estrategias de especialización y de diversificación de actividades.
8. **La concentración y la cooperación entre empresas.**
9. La gran empresa y las pymes, ventajas e inconvenientes.
10. La empresa multinacional, características, estrategias de desarrollo y responsabilidad social.

### PROCEDIMIENTOS

- Descripción y análisis de los diferentes factores que determinan la localización empresarial.
- Explicación los factores que condicionan la localización industrial y la localización comercial y de servicios.
- Identificación de los criterios más utilizados para medir la dimensión de las empresas.
- Análisis de la relación entre rendimientos de escala y dimensión empresarial.
- Comparación de la estrategia de especialización y la estrategia de diversificación como caminos alternativos de crecimiento empresarial.
- **Análisis de las ventajas e inconvenientes que tiene el proceso de integración vertical.**
- **Identificación de las modalidades de concentración empresarial.**
- **Comparación de las ventajas e inconvenientes que poseen tanto las pymes como la gran empresa.**
- **Identificación de las características de la empresa multinacional y de las ventajas e inconvenientes para los países receptores.**

### ACTITUDES

- Valoración de la trascendencia que tienen para el futuro de la empresa las decisiones relativas a la localización y dimensión.
- Ser conscientes de la interrelación existente entre las decisiones de localización y dimensión.
- Actitud crítica ante las decisiones de deslocalización de empresas que obtienen beneficios, con el objetivo de incrementarlos sin tener en cuenta los costes sociales que se producen.
- Valoración de la importancia del crecimiento empresarial como estrategia competitiva.
- Valoración del papel del Estado como garante de la competencia empresarial.
- Actitud crítica hacia las actuaciones de algunas multinacionales que provocan costes sociales en determinados países, aprovechando una legislación más permisiva que en la existente en el país de origen.

## Unidad 5. La función productiva de la empresa

Esta unidad nos propone un análisis del área de producción de la empresa. Una empresa eficiente, desde el punto de vista productivo, es aquella que minimiza los costes, manteniendo los estándares de calidad establecidos. En un mundo global cada vez más competitivo, aumentar las cotas de eficiencia garantiza el éxito de la empresa.

Analizar la producción implica un estudio de los costes empresariales y dar respuesta a cuestiones básicas que todo empresario debe conocer, tales como el nivel de producción a partir del cual la empresa cubre costes y comienza a obtener beneficios, o si interesa más producir o comprar ciertas partes del producto.

No debemos olvidar que, según vimos en la primera unidad, la empresa es un sistema global. En este sentido, a pesar de que la función productiva es un área de gran importancia, el resto de funciones que se desarrollan en la empresa son también fundamentales. En definitiva, la empresa es un conjunto de áreas interrelacionadas, donde solo es posible parcelarlas desde la perspectiva teórica, ya que todas ellas son esenciales para su supervivencia. Es fácil comprender cómo una empresa que, por ejemplo, decida aumentar su producción, debe establecer una estrategia consensuada con el departamento de *marketing*, financiación, recursos humanos, etc.

### OBJETIVOS DIDÁCTICOS

- Identificar el área de producción de una empresa y conocer su importancia en las actividades empresariales.
- Diferenciar los distintos sistemas productivos.

- Conocer y diferenciar los conceptos de eficiencia técnica y eficiencia económica.
- Hallar la productividad de un factor y saber interpretar los resultados obtenidos.
- Comprender y calcular los diferentes tipos de coste de una empresa a corto plazo, diferenciando entre costes fijos, variables, medios y marginales.
- Analizar, calcular y representar gráficamente los ingresos costes y beneficios de una empresa.
- Identificar los componentes del coste de la empresa en su proceso de formación, diferenciando entre costes directos e indirectos.
- Dar respuesta argumentada a la decisión empresarial relativa a producir o comprar.
- Hallar desde el punto de vista técnico y gráfico el umbral de rentabilidad o punto muerto de una empresa, identificando las zonas de pérdidas y ganancias.
- Aplicar los conocimientos adquiridos para argumentar y comprender el punto de equilibrio de una empresa en competencia perfecta.

### CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Describir el proceso productivo e identificar los principales sistemas productivos.
- Analizar diferentes procesos productivos desde la perspectiva de la eficiencia técnica y económica.
- Calcular los distintos tipos de costes, ingresos y beneficios de una empresa y representarlos gráficamente.
- Señalar las etapas del proceso de formación de costes empresariales, y diferenciar entre costes directos e indirectos.
- A partir de datos aportados relativos a la producción de una empresa (costes, nivel de producción, ingresos, etc.), explicar el concepto de punto muerto, hallarlo, y representarlo gráficamente.

### DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS BÁSICAS

La presente unidad propone el análisis de la función productiva de la empresa y para abordar esta cuestión, se construyen modelos económicos. Elaborar modelos exige observar, identificar y seleccionar las características relevantes de una situación real, representarla simbólicamente y determinar pautas de comportamiento, regularidades e invariantes, a partir de las que hacer predicciones sobre la evolución, permitiendo desarrollar la **competencia en el conocimiento y la interacción con el mundo físico**. Por otro lado, la modelización, constituye una herramienta básica para **tratar la información y colaborar a que los alumnos trabajen el razonamiento matemático**. Del mismo modo, la utilización de los lenguajes gráfico y estadístico ayuda a **interpretar mejor la realidad** expresada por los medios de comunicación. No menos importante resulta la **interacción entre el lenguaje natural, numérico y gráfico**, como forma de ligar el **tratamiento de la información** con la experiencia de los alumnos y la realidad social. Entre los contenidos, también está presente el **desarrollo de la competencia para aprender a aprender** a través de los procesos de resolución de problemas relativos a la producción.

### CONTENIDOS

#### CONCEPTOS

1. Área de producción de la empresa.
2. Utilidad de lugar, forma, tiempo y propiedad.
3. Tipología de sistemas productivos.
4. Eficiencia técnica y económica.
5. La productividad de un factor y la productividad global de la empresa.
6. Los costes fijos, variables, totales y medios.
7. Ingresos.
8. Beneficios.
9. Costes directos e indirectos.
10. Proceso de formación del coste empresarial.

11. Umbral de rentabilidad o punto muerto.
12. El equilibrio de la empresa en competencia perfecta.

#### PROCEDIMIENTOS

- Diferenciación de los tipos de utilidad que incorpora un producto.
- Descripción de los tipos de sistemas productivos.
- Aplicación de los conceptos de eficiencia técnica y económica a diferentes técnicas productivas, eligiendo la más rentable.
- Elaboración de casos prácticos de cálculo de la productividad de diferentes factores.
- A partir de los datos relativos a la producción de una empresa, cálculo de los distintos tipos de costes, ingresos y beneficios.
- **Identificación de las etapas del proceso de formación del coste empresarial.**
- **A partir de datos aportados, cálculo y representación gráfica del umbral de rentabilidad o punto muerto de una empresa, y toma de decisiones sobre si interesa más producir o comprar ciertos elementos.**
- **Descripción del equilibrio de la empresa en competencia perfecta.**

#### ACTITUDES

- Valoración de los diferentes sistemas productivos.
- Ser conscientes de la importancia que tiene la eficiencia para la competitividad de una empresa.
- Valoración de la relación directa que se establece entre la productividad y el salario.
- Ser consciente de la relación que existe entre la mejora de la productividad y el aumento de los beneficios.
- Capacidad para reconocer los efectos positivos de la intervención del Estado a la hora de fomentar la investigación en las empresas.
- Disposición favorable a la aplicación de contenidos teóricos a supuestos prácticos.
- Ser conscientes de la importancia que tiene para la toma de decisiones empresariales el conocimiento del punto muerto.

### Unidad 6. Productividad, eficiencia e innovación

En esta unidad didáctica, dedicada a la productividad y la eficiencia en la empresa, se están trabajando aspectos que son fundamentales en la formación de cualquier ciudadano y que ayudan a comprender la realidad social en la que se vivimos y a generar actitudes de cooperación y compromiso para contribuir a su mejora. Por ejemplo, la competitividad y la eficiencia en la empresa persiguen lograr situaciones en las que se consiga más con menos, en las que sea más probable satisfacer un mayor número de necesidades y, por ende, sea posible un mayor bienestar de las sociedades. Y para alcanzar esta competitividad y esta eficiencia, es preciso que todos los ciudadanos se comprometan con criterios de mejora del capital humano y, también, con un mayor respeto a los recursos naturales como bienes que es preciso salvaguardar para las generaciones futuras.

Hoy día, es absolutamente necesario que las empresas planteen como uno de sus objetivos prioritarios el incremento de la productividad para lograr una mayor competitividad. Y en la mejora de la productividad influye mucho la reducción de los costes de producción. Para alcanzar estos objetivos es fundamental implicarse en el desarrollo tecnológico y en la investigación, especialmente en un mundo como el actual, caracterizado por el cambio constante.

Por último, en esta unidad se aborda la responsabilidad social de la empresa en su relación con el entorno y la necesidad de evitar las externalidades negativas de los procesos productivos y la importancia de aplicar criterios de ecoeficiencia en ellos.



## OBJETIVOS DIDÁCTICOS

- Calcular la productividad, ya sea de un factor o de un factor global.
- Analizar los resultados obtenidos del cálculo de la productividad.
- Identificar las causas del crecimiento de la productividad.
- Valorar la importancia que tiene para la sociedad que en ella se de un incremento de la productividad.
- Conocer en qué consiste la investigación, el desarrollo y la innovación.
- Diferenciar entre innovaciones de producto y las de método o técnica.
- Valorar la importancia que la I+D+i tiene para la sociedad.
- Reconocer los diferentes costes que genera la gestión de los inventarios en una empresa.
- Resolver problemas sencillos de gestión de inventarios en la empresa.
- Conocer las técnicas más habituales de valoración de inventarios en las empresas.
- Identificar situaciones donde se den externalidades negativas en la producción.
- Valorar positivamente la ecoeficiencia como nueva forma de gestión de los recursos en la empresa.

## CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Saber calcular ratios de productividad, interpretando convenientemente los resultados obtenidos y conocer la manera de mejorar la productividad en una empresa.
- Conocer las ventajas de la inversión en I+D+i y la importancia de la existencia de un sistema de patentes que proteja los descubrimientos y genere incentivos para el cambio tecnológico.
- Identificar los costes que genera el almacén y resolver sencillos ejercicios sobre el ciclo de inventario, en los que se destaquen los conceptos más relevantes y se representen gráficamente.
- Resolver ejercicios de valoración de existencias mediante el método FIFO y de CMP.
- Valorar críticamente la actuación empresarial y reconocer la importancia de las externalidades negativas en la producción y la necesidad de adoptar criterios de ecoeficiencia en la gestión de recursos dentro de la empresa.

## DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS BÁSICAS

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

## CONTENIDOS

### CONCEPTOS

1. La productividad como indicador de la eficiencia.
2. Causas del crecimiento de la productividad: capital humano, cambio tecnológico, inversión y gestión de recursos.
3. Conocimiento tecnológico e I+D+i.
4. Calidad en la producción y competitividad.
5. Los inventarios de la empresa. El coste de los inventarios: de almacenamiento, reposición y ruptura de *stock*.

6. Modelos de gestión de inventarios: método Wilson, Just in Time y ABC.
7. Valoración de inventarios: método FIFO y PMP.
8. Las externalidades de la producción Ecoeficiencia.

#### **PROCEDIMIENTOS**

- Realización de casos prácticos de cálculo de la productividad de diferentes factores e interpretación de los resultados.
- Distinción entre investigación básica, aplicada y desarrollo tecnológico.
- Realización de casos en los que el crecimiento de la productividad sea consecuencia de distintas causas.
- Identificación 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.
- Resolución de ejercicios de valoración de inventarios a través del criterio de FIFO y de PMP.
- Lecturas que presenten diferentes situaciones en las que se puedan identificar externalidades negativas en la producción o empresas que han optado por un criterio de ecoeficiencia en la producción.

#### **ACTITUDES**

- Flexibilidad y apertura de miras ante la innovación, el desarrollo tecnológico y sus consecuencias en la estructura productiva de las empresas.
- Valoración del papel fundamental que tiene la eficiencia para la competitividad de una empresa.
- Toma de conciencia de la relación existente entre la productividad y los incrementos salariales de los trabajadores
- Ser conscientes de la relación que existe entre la formación y el capital humano de las personas y la productividad de las empresas.
- Apremiar la importancia del control de inventarios para lograr ganancias de productividad, eficiencia y competitividad en una empresa.
- Actitud crítica ante la aparición de externalidades en la producción y creación de una conciencia crítica que dirija las decisiones de los consumidores a comprar los bienes de las empresas que se guíen por criterios de ecoeficiencia.

### **Unidad 7. La función comercial de la empresa**

En este primer tema dedicado a la función comercial de la empresa, nos ocupamos fundamentalmente del *marketing* estratégico y de las actividades que llevan a cabo las empresas para detectar las oportunidades y amenazas del mercado y a potenciar las fortalezas internas y a ocultar o paliar sus debilidades.

Los alumnos y alumnas deberán entender que uno de los objetivos prioritarios de todas las empresas es entender cuáles son los distintos tipos de mercado a los que se enfrentan y detectar los distintos segmentos de mercado a los que se pueden dirigir sus productos. El establecimiento de unos objetivos claros de actuación depende de este conocimiento.

También debemos señalar a los alumnos que, una vez detectado el segmento y fijados los objetivos de esta fase, las empresas tendrán que diseñar las acciones concretas para poder cumplirlos. Pero eso será objeto de estudio en la siguiente unidad didáctica.

#### **OBJETIVOS DIDÁCTICOS**

- Conocer la evolución del *marketing* desde sus comienzos.
- Comprender las razones que hacen del área comercial de la empresa una de las más importantes de la empresa.

- Entender por qué la función comercial de la empresa es una de la que más recursos consume en toda organización empresarial.
- Analizar los distintos enfoques del *marketing* y reconocer la clase de mercados en los que predomina uno u otro así como la importancia de cada uno de ellos.
- Conocer el proceso de planificación del *marketing* distinguiendo entre *marketing* estratégico y *marketing* operativo.
- Diferenciar entre mercado y demanda, distinguiendo los distintos tipos de mercado que se pueden dar en función de distintas variables.
- Saber calcular la cuota de mercado de una empresa.
- Conocer los objetivos que se plantea la investigación de mercados.
- Distinguir las distintas fases necesarias para realizar una investigación de mercados.
- Conocer y distinguir las distintas fuentes de datos para elaborar una investigación de mercado así como distintos métodos para obtener información primaria que pueden utilizarse en una investigación de mercados, diferenciando si se trata de técnicas cualitativas o cuantitativas.
- Estudiar las formas en las que se puede segmentar el mercado y los criterios más utilizados para hacerlo.
- Explicar en qué consiste el mercado objetivo.
- Conocer el concepto de posicionamiento de una empresa en el mercado.

### CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Distinguir, ante una actuación comercial de una empresa, qué acciones corresponden a decisiones de *marketing* estratégico y cuáles a decisiones de *marketing* operativo.
- Distinguir distintos tipos de mercado en función de distintos criterios y calcular la cuota de mercado de empresas de las que se conozcan sus datos de ventas.
- Diseñar y realizar una investigación de mercados de una pequeña empresa, sabiendo distinguir entre información primaria y secundaria, y diseñando distintas técnicas de recogida de información en función de las necesidades del estudio.
- Segmentar un mercado según los diferentes criterios estudiados y adaptados a las distintas situaciones.
- Distinguir la estrategia de *marketing* más adecuada para cada tipo de mercado y justificar el porqué.

### DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS BÁSICAS

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

Siempre que abordamos los temas de *marketing*, vamos a tratar, aunque obligatoriamente no sea de forma muy profunda, la **competencia cultural y artística**, pues no en vano, a la publicidad en ocasiones se le ha llamado el octavo arte, y los publicistas se empeñan en envolver sus productos con la mayor belleza posible y, de este modo, favorecer la compra por parte del consumidor.

También se trabaja la **capacidad de comunicación lingüística**, teniendo en cuenta que disponer de esta competencia conlleva tener conciencia de las convenciones sociales, de los valores y aspectos culturales y de la versatilidad del lenguaje en función del contexto y la intención comunicativa, todo lo cual, aunque no de manera expresa pero sí de forma tangencial, se aborda cuando se analiza cualquier tema de *marketing*. En definitiva, una de las prioridades de la función comercial de la

empresa no es más que comunicar de forma persuasiva y buscar el modo de hacer llegar mensajes a los interlocutores y motivarles en una determinada dirección.

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

## CONTENIDOS

### CONCEPTOS

1. La actividad comercial y su evolución.
2. El proceso de planificación del *marketing*.
3. *Marketing* estratégico y *marketing* operativo.
4. El mercado y la demanda.
5. La investigación de mercados.
6. Análisis del consumidor.
7. Segmentación del mercado y criterios para llevarla a cabo.
8. El mercado objetivo, el posicionamiento de la empresa y el producto y las distintas estrategias de *marketing*.

### PROCEDIMIENTOS

- Preparación de un plan comercial empresas ficticias y para distintas situaciones que se puedan dar en el mercado.
- Llevar a cabo estudios sobre el posicionamiento de un determinado producto en el mercado.
- Preparación de trabajos y actividades que requieran segmentar un mercado para una determinada empresa.
- Identificación de posibles objetivos de *marketing* estratégico y de *marketing* para una empresa concreta.
- Análisis de casos prácticos en los que se pongan de manifiesto las distintas estrategias de *marketing*.
- Análisis de campañas publicitarias llevadas a cabo por diferentes empresas destacando los aspectos más relevantes de los estudiados en la unidad y presentes en dichas campañas.

### ACTITUDES

- Actitud crítica ante la información y los mensajes procedentes de las redes y los medios de comunicación, así como de las estrategias agresivas de los publicistas por conseguir aumentar las ventas de su producto.
- Interés por conseguir una información precisa y completa sobre las prácticas empresariales y desarrollo de una actitud crítica ante que aquellas que atenten contra los derechos de los consumidores.
- Valoración positiva de las herramientas del *marketing* cuando su uso es respetuoso con los derechos del consumidor o cuando el mensaje trata de promover actitudes nobles y necesarias para la sociedad.

## Unidad8. Los instrumentos del *marketing mix*

En la unidad 7, se vio que el *marketing* puede agruparse en dos grandes fases: por un lado, el *marketing* estratégico, del que nos ocupamos en esa unidad; por otro lado, está el llamado *marketing* operativo, es decir, las actividades concretas que va a llevar a cabo la empresa para lograr los objetivos que se hayan planteado en la fase anterior.

Las actividades del *marketing* operativo, las llamadas 4 P del *marketing*, pueden combinarse de diferentes modos dando lugar a una mezcla comercial o *marketing mix*, que es el objeto de estudio

de esta unidad. Las herramientas que puede utilizar la empresa para lograr sus objetivos consisten en definir el producto, con sus distintos atributos, para tratar de lograr una diferenciación y así motivar la compra por parte de los consumidores. La segunda P, consiste en decidir la distribución del producto y de elegir el canal de distribución más adecuado, y las dos últimas herramientas a disposición de la empresa para lograr coordinar toda su acción comercial, las constituyen sus decisiones sobre los precios del producto y la política de comunicación de la empresa.

Todas las herramientas del *marketing* operativo se trabajan en esta unidad de manera separada, aunque hay que tener en cuenta que todas ellas, a su vez, deben diseñarse de forma conjunta y están íntimamente relacionadas entre sí.

### OBJETIVOS DIDÁCTICOS

- Estudiar cuáles son los componentes de un producto.
- Conocer la diferencia entre producto esencial y sus atributos.
- Conocer las diferencias existentes entre gama y línea de productos.
- Valorar la importancia de establecer una imagen de marca que cree imágenes positivas en el consumidor.
- Analizar el ciclo de vida de cualquier producto.
- Conocer los distintos sistemas existentes para fijar los precios de un bien.
- Estudiar con detalle las distintas políticas de precio que se pueden llevar a cabo.
- Analizar el *mix* de comunicación que puede llevar a cabo una empresa para promocionar sus productos.
- Distinguir, a partir de casos reales y en situaciones concretas, lo que es publicidad, promoción de ventas, fuerza de ventas, relaciones públicas y *marketing* directo.
- Conocer las limitaciones que establece la ley española al uso de la publicidad.
- Diferenciar entre las distintas clases de canales de distribución.
- Clasificar los canales de distribución según el vínculo existente entre los distintos eslabones del canal.
- Explicar cuáles son los criterios que hay para escoger un canal de distribución u otro.
- Conocer las nuevas formas para comunicar el producto que ponen a disposición de las empresas las nuevas tecnologías e identificar sus ventajas y sus puntos débiles.

### CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Analizar un producto determinado indicando sus componentes, sus atributos y todos los aspectos que lo diferencian de los de la competencia.
- Describir el ciclo de vida del producto e identificar las características más importantes de cada una de las etapas por las que pasa.
- Distinguir en qué casos se puede llevar adelante una política de precios u otra y explicar cuáles son los diferentes sistemas de fijación de precios que se pueden utilizar.
- Diseñar una estrategia para la promoción de un producto y una empresa utilizando un *mix* de comunicación apropiado para cada caso.
- Diferenciar los distintos tipos de canales de distribución existentes, distinguiendo los diversos agentes que actúan en ellos, y saber elegir el más indicado ante distintas situaciones hipotéticas.

### DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS BÁSICAS

Al igual que en la unidad anterior, el análisis de los instrumentos de la publicidad y de la comunicación va a ayudar a los alumnos a desarrollar la **competencia en comunicación lingüística**, al tener que analizar el modo en el que las empresas se dirigen a los ciudadanos, los distintos registros que utilizan y las formas de convencer al consumidor para llevar a cabo la compra.

Del mismo modo, vamos a trabajar de manera muy profunda la **competencia social y ciudadana**,

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

También vamos a ayudar a favorecer la **competencia cultural y artística**, dado que, como decíamos en la anterior unidad, la publicidad se ha convertido en el octavo arte.

Como en todas las unidades didácticas de esta materia, vamos a continuar promoviendo la **autonomía e iniciativa personal**, pues seguimos dando estrategias de comportamiento y abundando en la idea de que el trabajo serio y sujeto a planificación previa conduce a que los proyectos de futuro tengan éxito y así, nuestros alumnos los podrán acometer con confianza en sí mismos, en sus posibilidades y siendo conscientes de que disponen de las armas adecuadas para afrontarlos.

## CONTENIDOS

### CONCEPTOS

1. El *marketing mix*.
2. La política de producto.
3. La identificación del producto.
4. La introducción, el crecimiento, la madurez y el declive en el ciclo de vida de un producto.
5. Las políticas de precios.
6. La comunicación o promoción de un producto.
7. Publicidad desleal y otras prácticas inadecuadas.
8. Los canales de distribución de un producto.
9. Nuevas tecnologías y *marketing*.

### PROCEDIMIENTOS

- Diferenciación, en casos concretos, de los distintos atributos de un producto.
- Lectura de textos publicitarios y de informaciones críticas con las estrategias llevadas a cabo por las empresas.
- Identificación de la etapa en la que se encuentra un producto y diseño del *marketing* adecuado en cada caso.
- Establecimiento del precio de un producto a través del criterio del coste o de la demanda.
- Investigación del canal de distribución de un producto de consumo cotidiano: los yogures.
- Análisis de un nuevo instrumento del departamento comercial: el comercio electrónico y el *marketing on line*.
- Debates sobre los límites éticos a la publicidad.

### ACTITUDES

- Valoración crítica de los atributos añadidos a un producto con el fin de inducir su compra.
- Actitud crítica hacia las marcas y los valores que tratan de transmitir a los consumidores.
- Toma de conciencia de los problemas del medioambiente y el consumo masivo, y de las estrategias publicitarias de las empresas para incitar al consumo.
- Conocimiento de las estrategias que siguen las empresas para fijar precios y valoración de lo que esconden los precios altos y bajos.
- Reflexión sobre el papel de los intermediarios en un canal de distribución y su repercusión en el precio de los productos.
- Capacidad crítica para detectar la posible ilegalidad de determinadas campañas de publicidad y análisis de los límites que no puede franquear la publicidad.

## Unidad 9. La financiación de la empresa

La empresa, para llegar a realizar los objetivos que se propone, necesita contar con unos recursos financieros. La finalidad de esta unidad es determinar cuáles son las fuentes fundamentales a las que las empresas pueden acudir, analizando sus características en tres aspectos fundamentales: el coste de la fuente, las condiciones de financiación y el momento en que han de satisfacerse las necesidades financieras. Esto determinará las ventajas e inconvenientes que tiene cada fuente y cómo la empresa ha de recurrir a unas u otras en función, tanto de sus circunstancias internas, como de las del entorno general en el que se desarrolla su actividad.

Otro de los aspectos destacados de la unidad es el estudio de las diferentes instituciones financieras con las que pueden contar las empresas. Estos contenidos servirán para dar cultura financiera a los alumnos, ya que se les enseñará el modo de evaluar cada fuente financiera para determinar cuál es la más ventajosa y ellos mismos podrán, más adelante, aplicar los conocimientos adquiridos, puesto que en más de una ocasión a lo largo de su vida, se verán en situaciones en las que necesiten financiación.

Las decisiones financieras de una empresa no se pueden tomar independientemente de las decisiones de inversión. En este sentido, será imprescindible que los alumnos tomen conciencia de esta íntima relación. Por ello, esta unidad se debe ver como parte de un bloque del que también forman parte las unidades siguientes del libro.

Así mismo, habrá que estudiar, aunque sea de forma somera, cómo el sistema económico ha desarrollado un mercado financiero, con activos e intermediarios, para que las unidades necesitadas de financiación tengan facilidades de encontrar las unidades ahorradoras de recursos financieros. En este contexto, se presta especial atención al mercado de valores y a la bolsa como su principal institución. El aprendizaje de conceptos relativos a este punto se podrá anclar en los conocimientos adquiridos por los alumnos el año pasado en la asignatura de economía, en el tema del mercado del dinero y la financiación de la economía; la diferencia es que ahora estos contenidos se analizan desde un punto de vista puramente operativo.

En definitiva, esta unidad, por su importancia académica, se convierte en uno de los ejes fundamentales de la asignatura. A lo largo de las unidades siguientes, habrá que recordar muchos de los conceptos aquí tratados puesto que son el fundamento para la adquisición de nuevos conocimientos.

### **OBJETIVOS DIDÁCTICOS**

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

### **CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

- Definir las funciones de la financiación de la empresa.
- Distinguir y definir los diferentes tipos de financiación atendiendo a los criterios de propiedad, origen y plazo.
- Conocer las ventajas e inconvenientes de la financiación interna y externa.
- Explicar los procesos de ampliación de capital y saber sus consecuencias y los conceptos

relacionados con la compensación de antiguos accionistas a través del cálculo de los derechos preferentes de suscripción.

- Ver las principales formas concretas de financiación tanto interna como externa, a corto, medio y largo plazo, con sus características, ventajas y desventajas y diferencias.

## DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS BÁSICAS

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

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

—En el mismo sentido, se desarrollará la **competencia matemática** al aplicar los conocimientos adquiridos en la resolución de problemas propios de la financiación de las empresas. Así la competencia matemática se aplica al área de las ciencias sociales como uno de los instrumentos que capacita para entender y decidir en el mundo empresarial.

—También será fundamental, como a lo largo de todas las unidades, el desarrollo de estrategias y herramientas como mapas conceptuales, cuadros comparativos, etc., que servirán de base para un aprendizaje riguroso. Esto permitirá potenciar la competencia de **aprender a aprender**.

## CONTENIDOS

### CONCEPTOS

10. Función financiera de la empresa: la toma de decisiones y su importancia.
11. Las fuentes de financiación: concepto, tipos (atendiendo a los criterios de plazo, propiedad y origen) y equilibrio financiero.
12. La constitución del capital social. La ampliación de capital: concepto, características, tipos y consecuencias de la ampliación de capital, (el derecho preferente de suscripción y su valor teórico).
13. La autofinanciación. Concepto, tipos, ventajas y desventajas.
14. La financiación externa: concepto y tipos más importantes.
15. El mercado financiero, funcionamiento, agentes, activos e intermediarios. La bolsa

### PROCEDIMIENTOS

- Descripción de la función financiera de la empresa.
- Creación de cuadros comparativos para diferenciar las fuentes de financiación, atendiendo a sus características, ventajas y desventajas.
- Realización de mapas conceptuales que permitan interrelacionar los diferentes aspectos de la función de financiación de la empresa y del medio en el que se desarrolla.
- Resolución de problemas que permitan determinar los valores nominales y teóricos de las acciones de una empresa.
- Resolución de problemas que muestren las consecuencias de la ampliación de capital y de la forma de compensar a los antiguos accionistas a través de los derechos preferentes de suscripción y su valor teórico.
- Lectura de la prensa sobre noticias del mercado financiero y de los productos que presentan los agentes financieros.

### ACTITUDES

- Valoración de la importancia de la existencia de un mercado de fuentes de financiación que garantice los recursos para las empresas.
- Análisis crítico de las informaciones de los diferentes agentes financieros sobre sus activos y las



consecuencias en el mercado financiero a través de la lectura de la prensa.

- Reflexión crítica sobre la diferencia entre invertir y especular.
- Fomento de la actitud de trabajo y esfuerzo para lograr un conocimiento pormenorizado de las fuentes de financiación y sus características.
- Respeto hacia las opiniones de los compañeros a través de los intercambios de información entre ellos.

## **Unidad 10. Las inversiones de la empresa**

La competitividad y la capacidad de una empresa para participar en mercados abiertos vendrá determinada, en gran medida, por los recursos y factores que posee y, especialmente, por los medios de producción con los que cuente. Por eso es importante desarrollar una política de inversiones que contemple el mantenimiento y mejora, si es posible, de los bienes de capital necesarios para realizar la producción.

Con las inversiones se garantiza la supervivencia de la empresa y el éxito de sus productos. Lógicamente, la empresa debe contar con herramientas para poder evaluar la conveniencia de llevar a cabo las distintas alternativas de inversión que se le planteen y disponer de criterios para poder elegir la mejor opción entre varias. Para eso, es fundamental conocer los fundamentos de las matemáticas financieras.

De lo expresado anteriormente se deriva la importancia crucial que la realización de inversiones tiene para las empresas. De entre todas las actividades que la empresa lleva a cabo, esta es, sin duda, una de las que más va a determinar el éxito del proyecto empresarial.

### **OBJETIVOS DIDÁCTICOS**

- Diferenciar entre inversión económica e inversión financiera, poniendo en relación ambos conceptos.
- Clasificar los diferentes tipos de inversión según su función en la empresa.
- Conocer los criterios de selección de inversiones que no contemplan el cambio de valor de los flujos monetarios por el transcurso del tiempo, analizando ventajas e inconvenientes.
- Apreciar la utilidad que tienen las matemáticas financieras para el análisis de inversiones.
- Distinguir los métodos de selección de inversiones financieros de los métodos que no tienen en cuenta el cambio del valor del dinero por el paso del tiempo.
- Describir, utilizar y saber interpretar el método de la tasa interna de rentabilidad (TIR) como criterio de selección de inversiones.
- Saber utilizar el criterio del valor actual neto en la selección de inversiones.
- Conocer cada uno de los conceptos que son relevantes en el análisis del criterio del valor actual neto en la selección de inversiones.
- Conocer el concepto de amortización.
- Explicar los distintos tipos de causas que originan la amortización.
- Saber calcular por diferentes métodos la cuantificación de la amortización.

### **CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

- Calcular el *pay back* de una inversión y señalar las ventajas e inconvenientes de este método de selección de inversiones.
- Calcular capitales equivalentes en el tiempo, utilizando las matemáticas financieras y las operaciones de capitalización y descuento.
- Calcular la TIR de proyectos de inversión con dos flujos netos de caja e interpretar los resultados.
- Con los conocimientos adquiridos sobre el criterio del valor actual neto (VAN), seleccionar entre varias inversiones las más interesantes e interpretar los resultados.
- Explicar el concepto de amortización y las causas que originan la depreciación de los equipos y conocer el reflejo contable de la amortización.

### **DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS BÁSICAS**

Sin duda, la competencia básica que más se va a desarrollar en esta unidad es la **competencia matemática**. A través de las operaciones de matemáticas financieras que vamos a trabajar de manera muy intensa a través de los ejercicios en esta unidad, vamos a facilitar que los alumnos fomenten sus habilidades para utilizar y relacionar los números, sus operaciones básicas, los símbolos y las formas de expresión y razonamiento matemático, tanto para producir e interpretar distintos tipos de información, como para ampliar el conocimiento sobre aspectos cuantitativos de la realidad y para resolver problemas relacionados con la vida cotidiana y con el mundo laboral. Forma parte de la competencia matemática la habilidad para interpretar y expresar con claridad y precisión informaciones, datos y argumentaciones, lo que favorece la participación efectiva en la vida y son este tipo de ejercicios los que de manera idónea ayudan en la consecución de todas estas capacidades.

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

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

## CONTENIDOS

### CONCEPTOS

1. Las decisiones de inversión.
2. Las inversiones económicas y las inversiones financieras.
3. La equivalencia de capitales en el tiempo.
4. El criterio del valor actual neto (VAN).
5. El criterio de la tasa interna de rentabilidad (TIR).
6. Los criterios estáticos de selección de inversiones: el criterio del plazo de recuperación y el criterio del flujo neto total.
7. Ventajas e inconvenientes de los diferentes criterios de selección de inversiones.
8. La amortización de las inversiones. Causas que la generan, métodos y reflejo contable.

### PROCEDIMIENTOS

- Clasificación de las inversiones en función de su aplicación.
- Realización de casos prácticos de cálculo sobre proyecciones de capitales financieros a lo largo del tiempo.
- Seleccionar inversiones a través del cálculo de su VAN e interpretar los resultados.
- Calcular la TIR de proyectos de inversión con dos flujos netos de caja e interpretar los resultados.
- Calcular el *pay back* de distintos proyectos de inversión y comparación con el flujo neto de caja total de esas 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.

### ACTITUDES

- Tomar conciencia de la necesidad que tienen las empresas de invertir para garantizar su competitividad.

- Actitud activa ante la necesidad de complementar las herramientas matemáticas con la valoración subjetiva del que ha de tomar la decisión final de inversión.
- Valoración de la importancia del análisis riguroso y del trabajo profesional a la hora de abordar decisiones en un mundo complejo y cambiante.
- Ser conscientes de la existencia de riesgo a la hora de abordar determinadas inversiones por diversos motivos y circunstancias
- Actitud crítica ante las actitudes irresponsables que ponen en peligro la supervivencia de la empresa y sus puestos de trabajo.

## **Unidad 11. El patrimonio y las cuentas de la empresa**

La empresa, en cuanto que tiene una función social y se implican en ella diversos grupos con diferentes intereses, se ve obligada a transmitir una información fiable para que se puedan emitir juicios y tomar decisiones sobre ella. Esta es precisamente la función que cumplen la contabilidad y las normas contables de obligada aplicación para las empresas.

La información no debe ser solo transmitida, sino que, además, se ha de transmitir de una manera regulada, es decir, estipulada por ley, para que los distintos agentes (inversores, gerentes, el Estado, etc.) puedan establecer comparaciones entre empresas.

La existencia de las normas contables y de la legislación que obliga a las empresas es una garantía de transparencia y estabilidad de nuestro sistema económico y garantiza, además, el crecimiento de una economía por la confianza que esta regulación genera en la sociedad. Las normas contables han evolucionado en busca de una mayor claridad y para que los agentes económicos puedan conocer de manera más clara todos los acontecimientos relevantes de la empresa.

Muchas de las noticias económicas publicadas desde 2007 hacen referencia al modo en que, desde finales del siglo XX y durante los primeros años del siglo XXI, importantes empresas tergiversaron los conceptos contables para dar una imagen falseada de su situación real. Ello constituye una de las causas de la última crisis económica que se ha producido en todo el mundo y ha originado, en muchos casos, la quiebra de la confianza en el sistema de contabilidad de las empresas y de los métodos contables.

Por todo ello, es esencial que, en un curso de introducción a la organización de empresas, los alumnos adquieran conocimientos sobre el tratamiento de la información contable y sobre su significado e importancia ética.

### **OBJETIVOS DIDÁCTICOS**

- Relacionar los componentes del patrimonio con los conceptos de inversión y financiación en la empresa, y entender su significado financiero.
- Conocer el concepto de patrimonio y los elementos que lo componen.
- Diferenciar y clasificar los bienes, derechos y obligaciones de las empresas en masas patrimoniales y deducir, a partir de ellas, el neto patrimonial de las empresas.
- Saber interpretar críticamente diferentes informaciones que a parezcan en los medios de comunicación sobre el resultado de las empresas y de los escándalos y buenas prácticas que se dan en la realidad y que tengan que ver con la forma de dar la información contable.
- Entender qué es el plan general de contabilidad, cuál es su función y de qué principales elementos se compone.
- Conocer y saber interpretar los principales estados contables.
- Hacer casos simples de balances de situación.
- Entender y diferenciar de otros estados contables la cuenta de pérdidas y ganancias, atendiendo a su función y a la información que transmite.
- Distinguir entre los conceptos de resultados de explotación, resultados financieros, resultados extraordinarios y beneficios netos, y entender su significado e importancia para el estudio de la empresa.
- Conocer los principales métodos de valoración de las diferentes masas patrimoniales y valorarlos críticamente como reflejo real del valor de las empresas.

## CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Conocer, definir y calcular el patrimonio a partir de los elementos que lo componen.
- Diferenciar los diferentes libros y estados contables.
- Saber organizar los diferentes elementos patrimoniales en un balance y relacionarlos con su función financiera.
- Saber elaborar una cuenta de pérdidas y ganancias, y calcular los diferentes resultados que se obtienen dentro de ella entendiendo su significado.
- Conocer los principales contenidos, funciones y elementos del PGC prestando especial atención a los diferentes criterios de valoración de las masas patrimoniales.

## DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS BÁSICAS

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

- La competencia de **comunicación lingüística** y de **tratamiento de información**. Las actividades de conversión de un lenguaje puramente formal como es la contabilidad, a un lenguaje natural y comprensivo, en el que se deben transformar datos cuantitativos en datos cualitativos, es una de las formaciones más importantes que se puedan dar con respecto al tratamiento de la información y uso del lenguaje.
- En el mismo sentido, se desarrolla la **competencia matemática**, al aplicar los conocimientos teóricos en la resolución de problemas propios de la contabilidad de las empresas. Así, la competencia matemática se aplica al área de las ciencias sociales como uno de los instrumentos que capacita a los alumnos y alumnas para entender el mundo empresarial y poder formarse una opinión razonada para poder decidir en asuntos económicos.
- También se potencia, como a lo largo de todas las unidades, la competencia de **aprender a aprender**. En esta unidad, es especialmente importante la insistencia en la necesidad de trabajar y presentar con orden la información (en este caso, contable) para que no se olvide o se obvie ninguna partida.

## CONTENIDOS

### CONCEPTOS

16. El patrimonio, sus componentes y el balance. Los bienes, derechos, obligaciones y el neto patrimonial. La identidad básica del patrimonio.
17. Los elementos del patrimonio y las masas patrimoniales. Clasificación, plazo y estructura.
18. El sistema de información de las empresas. La cuenta y las normas de elaboración. La fase descriptiva a través de los libros contables. La síntesis a través de los estados contables.
19. El balance de situación: contenido y forma.
20. La cuenta de resultados: contenido y forma.
21. El PGC: elementos y función.
22. Principales criterios de valoración del patrimonio.

### PROCEDIMIENTOS

- Explicación razonada del significado de los componentes del patrimonio.
- Clasificación de las partidas de activo, pasivo y neto patrimonial.
- Interpretación financiera de las diferentes masas patrimoniales.
- Identificación de la función de recogida de datos por partida doble.
- Elaboración, de una forma clara, de un balance de situación dados diferentes elementos patrimoniales de la empresa.
- Elaboración de la cuenta de pérdidas y ganancias.
- Cálculo de los diferentes resultados desde la cuenta de pérdidas y ganancias.
- Estructuración y síntesis de los principales elementos del PGC, así como de su función y descripción de los grupos a los que interesa esta información.

- Descripción de los principales sistemas de valoración de las masas patrimoniales.
- Lectura y análisis crítico de información acerca de la contabilidad de las empresas, a partir de noticias publicadas en los medios de comunicación.

#### **ACTITUDES**

- Ser consciente de la importancia del patrimonio de las empresas.
- Aplicación rigurosa del lenguaje específico de la contabilidad.
- Valoración crítica del papel del Estado y de las instituciones públicas en la elaboración de las normas de tratamiento y gestión de la información contable de las empresas.
- Toma de conciencia de la importancia de los resultados de la empresa para la sociedad.
- Interés por interrelacionar todos los conocimientos sobre la empresa adquiridos hasta el momento, con el significado de los estados contables.
- Valoración crítica de las informaciones dadas en los medios de comunicación sobre la contabilidad de las empresas.

### **Unidad12. Análisis financiero de la empresa**

La importancia de esta unidad es fundamental, ya que en ella se mostrará el necesario equilibrio que debe existir entre la estructura económica y financiera de una empresa, por un lado, y entre los tipos de recursos que debe utilizar la empresa en su estructura financiera.

Desde el punto de vista financiero, las empresas son una sucesión de decisiones de inversión y financiación, y los resultados obtenidos pueden ser analizados por la sociedad a través de los instrumentos de análisis que la ciencia económica pone a disposición de las personas. En esta unidad, se presentarán a los alumnos los instrumentos básicos de análisis financiero aplicables a la información que debe aportar la empresa y, en consecuencia, se les mostrarán los elementos que deben ser estudiados para tomar decisiones financieras. El concepto de fondo de maniobra, los estados de equilibrio patrimonial, las ratios, no solo explican cómo se encuentra la empresa, sino que contribuyen a encontrar el camino que la empresa debe seguir para poder mejorar su situación y garantizar su permanencia en un entorno cambiante.

Los escándalos y la inestabilidad de los mercados financieros producidos desde 2007, ponen sobre la mesa la necesidad de que los alumnos tengan unos conocimientos básicos de economía y de economía de la empresa, especialmente en relación con aquellos aspectos más relevantes para comprender el mundo circundante y analizar críticamente la actuación de las empresas y de los mecanismos de regulación y vigilancia.

Por último, esta unidad sirve como resumen y aplicación de todos los conocimientos adquiridos desde la unidad 9, ya que pone en relación los aspectos financieros, económicos y contables. El alumno adquirirá, así, un sentido conjunto que le permitirá ampliar sus conocimientos sobre la empresa y el entorno en que se desenvuelve.

#### **OBJETIVOS DIDÁCTICOS**

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

- Analizar estas situaciones legales en casos dados por los medios de información.
- Entender y calcular el PMM económico financiero.

## CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

## DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS BÁSICAS

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

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

- **Comunicación lingüística y de tratamiento de información.** Se trata, por un lado de entender los resultados cuantitativos como un lenguaje formal. A partir de esta información, tratarla con rigor científico e interpretarla dándole un significado cualitativo económico.
- **Competencia matemática**, puesto que muchas veces hay que aplicar conceptos como los de relación, porcentajes y representaciones gráficas, para obtener consecuencias económicas.
- **Aprender a aprender**, a través de métodos y recursos intelectuales que permiten estrategias aplicables a otros órdenes del aprendizaje formal e informal.

## CONTENIDOS

### CONCEPTOS

23. La estructura económica y financiera de la empresa y su análisis en el balance.
24. La relación entre los aspectos económicos y financieros.
25. El fondo de maniobra. Concepto, significado e importancia para las empresas.
26. Instrumentos gráficos, matemáticos y porcentuales para el análisis financiero de las empresas.
27. Los porcentajes y su representación gráfica. Las ratios de liquidez tesorería, disponibilidad, garantía, endeudamiento, calidad de la deuda y autonomía financiera. Concepto e interpretación.
28. Los tipos de equilibrio en las empresas. Equilibrio total, estabilidad, desequilibrio y desequilibrio total. Concepto, representación gráfica y consecuencias. Las medidas legales: el concurso de acreedores.
29. El PMM económico y financiero. Concepto, importancia y subperíodos.

### PROCEDIMIENTOS

- Cálculo e interpretación de datos porcentuales de los balances desde el punto financiero.
- Realización e interpretación de gráficos porcentuales del balance desde el punto de vista financiero.
- Cálculo, interpretación y resolución de las principales ratios, y determinación de medidas de corrección para mejorar los resultados.
- Interpretación y cálculo del fondo de maniobra.
- Determinación de la situación de equilibrio patrimonial a partir del fondo de maniobra.
- Cálculo e interpretación de los diferentes periodos medios de maduración.
- Recogida e interpretación de información de medios de comunicación, que se refiera a la situación financiera de instituciones o empresas.

### ACTITUDES

- Valoración rigurosa de la información que se da sobre empresas desde el punto de vista contable.
- Valoración crítica, a partir de los conocimientos adquiridos, de los datos ofrecidos por los medios de comunicación.
- Conformación de una visión más exacta de la realidad de la empresa a partir de los instrumentos contables.
- Reconocimiento del papel de los poderes públicos en las situaciones de concurso de acreedores.

### **Unidad 13. Análisis económico y social de la empresa**

En esta unidad se aborda el análisis económico como instrumento para medir los resultados de la gestión empresarial. En resumen, se trata de responder al interrogante de si la empresa analizada ofrece una rentabilidad equiparable con otras opciones que presenta el mercado, asumiendo el mismo nivel de riesgo.

Los aspectos económicos y financieros están íntimamente relacionados, por ejemplo, a una empresa le interesa pedir dinero prestado si la rentabilidad que obtiene es mayor que el coste de los recursos ajenos (intereses), y siempre que el endeudamiento no implique asumir un alto riesgo financiero. Un análisis conjunto de ambos aspectos proporciona un diagnóstico de la rentabilidad y las posibilidades de futuro de la empresa.

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

#### **OBJETIVOS DIDÁCTICOS**

- Comprender la importancia que tiene, para la toma de decisiones, la medición adecuada de la rentabilidad empresarial.
- Afianzar el cálculo de los diferentes tipos de resultados empresariales y analizar la cuenta de pérdidas y ganancias en términos relativos.
- Conocer los distintos tipos de rentabilidad que pueden obtenerse, interpretando su resultado.
- Analizar la relación entre rentabilidad económica, margen sobre ventas y rotación de ventas.
- Comprender la interrelación que existe entre la estructura financiera y la rentabilidad empresarial.
- Realizar informes económico-financieros que aconsejen ante la decisión de financiar nuevas inversiones empresariales.
- Describir los diferentes tipos de tributos y conocer los principales conceptos tributarios.
- Realizar ejercicios simulados del IVA e Impuesto de Sociedades.
- Comprender los beneficios que tiene para la empresa una relación amigable con el entorno.
- Conocer los aspectos necesarios para elaborar el balance ético de una empresa.

#### **CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

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

#### **DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS BÁSICAS**

La información de calidad es condición indispensable para tomar las decisiones

empresariales óptimas. La presente unidad aporta las estrategias básicas para obtener información relativa a la rentabilidad empresarial. Dicha información queda sintetizada en informes, dando pie a que los alumnos y alumnas pongan en práctica diversas competencias:

- **Competencia en comunicación lingüística**, cuando los informes se realizan en pequeños grupos de alumnos y deben exponerse oralmente al resto de compañeros.
- **Competencia matemática**, el cálculo e interpretación de las ratios como herramientas básicas de análisis implica poner en práctica esta competencia.
- **Autonomía e iniciativa empresarial**, al desarrollar y evaluar informes con responsabilidad y sentido crítico.

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

## CONTENIDOS

### CONCEPTOS

1. Análisis económico de la empresa.
2. Análisis de la rentabilidad económica y financiera.
3. La rentabilidad económica a través del margen comercial y la rotación de ventas.
4. Rentabilidad y estructura financiera de la empresa.
5. La fiscalidad que afecta a las empresas: el IRPF, el IS, el IVA y el IAE.
6. Del balance social al balance ético de las empresas.

### PROCEDIMIENTOS

- Enumeración de los diversos colectivos interesados en conocer los resultados de una empresa.
- Análisis de la cuenta de resultados a través de la técnica de porcentajes de participación de cada una de las partidas que la integran.
- Análisis de la rentabilidad económica y financiera a partir de los datos aportados por la cuenta de resultados.
- Partiendo de supuestos sencillos, cálculo de la rentabilidad económica a través del margen de ventas y la cuota de mercado de una empresa.
- A partir de datos aportados, interrelación de los aspectos económicos y financieros.
- Análisis de los diferentes impuestos que afectan a la gestión empresarial.
- Realización de supuestos prácticos de liquidación del IVA.

### ACTITUDES

- Valoración positiva de la información empresarial relativa a la gestión, de forma que puedan informarse debidamente los agentes implicados.
- Valorar la importancia que tiene para la viabilidad de una empresa obtener una rentabilidad suficiente de sus inversiones.
- Valorar la gestión empresarial basada en principios de ética social.
- Valorar positivamente la contribución de las empresas al sostenimiento de los gastos públicos.
- Actitud crítica hacia aquellas empresas que defraudan e incumplen sus responsabilidades sociales.

## Unidad 14. Dirección y organización de la empresa



Una de las características esenciales de la empresa es la capacidad de plantearse objetivos y la necesidad de coordinar los factores productivos para alcanzarlos. Sin embargo, esta cualidad sería imposible si el sistema careciese de una organización eficiente dirigida por una dirección con una meta claramente definida. Precisamente, en este tema, los alumnos van a ver y entender una de las funciones de la dirección es determinar los objetivos de la empresa y planificar el sistema que va a hacer posible cumplirlos. Este es un proceso de concreción que va desde la definición de los aspectos más generales de planteamiento de metas, hasta la estipulación de reglas de actuación ante hechos específicos.

Los alumnos deben, además, entender que estos objetivos no se lograrían si no existiese una organización técnica, claramente especificada, que defina las obligaciones, responsabilidades y el área de mando de cada miembro de la empresa. Por otro lado, al ser la empresa una organización social, existe una estructura de relaciones personales, basada en las afinidades propias, más allá de la parte técnica, que responde a la individualidad y pertenencia de grupos, fuera del control de la empresa, y que interfiere en la estructura formal.

Toda organización empresarial está compuesta por partes diferenciadas, lo que se refleja en una complejidad de gestión. Por otra parte, la empresa sobrevive mientras sepa adaptarse a su entorno, siempre cambiante. El alumno debe reflexionar sobre estos aspectos al analizar la importancia de las estructuras organizativas de las que forma parte. Así, el hecho de acudir a clase y pertenecer a una institución educativa le hace partícipe de los objetivos y logros de esa empresa. Los alumnos deben concluir que todo el proceso de planificación, control y organización no es exclusivo del mundo empresarial, sino de la actividad humana en general, sea cual fuere el ámbito al que se refiere.

En definitiva, esta unidad debe servir al alumno para conocer la actividad del empresario y de los directivos, y para reflexionar críticamente sobre el papel de estos dentro de la empresa y, por extensión, en la sociedad.

### **OBJETIVOS DIDÁCTICOS**

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

### **CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

- Conocer, identificar y clasificar las funciones de planificación y control, así como las fases de las que se componen.
- Entender el concepto de organización empresarial y sus principios, y las aportaciones de las diferentes escuelas.
- Distinguir entre la estructura formal e informal de la empresa.
- Conocer, identificar y diferenciar criterios de departamentalización, sus características, ventajas e inconvenientes.

- Conocer, identificar y diferenciar las estructuras organizativas básicas, sus características, ventajas e inconvenientes y saber hacer organigramas que las representen.

## DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS BÁSICAS

Las competencias fundamentales que se desarrollan en esta unidad hacen referencia a:

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

– **Aprender a aprender.** Esta competencia se fomenta a través de métodos y recursos intelectuales que permiten estrategias aplicables a otros órdenes del aprendizaje forma e informal.

– La competencia de **autonomía personal** se desarrolla en los epígrafes que abordan la importancia de la planificación y control en toda actividad, incluidas las cotidianas, para lograr los objetivos que uno se plantea. Por otro lado, en la unidad se recalca cómo la autoridad va asociada a la responsabilidad, de forma que, a mayor autoridad, mayor responsabilidad.

## CONTENIDOS

### CONCEPTOS

1. El área de dirección de la empresa. Niveles de dirección.
2. Funciones de la dirección: planificación, control y organización.
3. La importancia de la planificación. Fases y niveles de planificación.
4. El control. Fases del proceso de control e importancia de esta función.
5. La organización formal: principios, escuelas e historia criterios de departamentalización, estructuras organizativas y organigramas.
6. La organización informal: fundamentos, características e importancia.

### PROCEDIMIENTOS

- Planificación de actividades empresariales simples y de actividades cotidianas de los alumnos.
- Establecimiento de criterios y métodos de control para aplicarlos en supuestos sencillos de empresas y actividades personales.
- Diseño de departamentalizaciones y de los organigramas correspondientes que los representen.
- Lectura de organigramas e interpretación de los principios organizativos que se reflejan en ellos.
- Realización de cuadros comparativos que reflejen las diferencias entre la organización formal e informal, y los distintos criterios departamentalización y de las estructuras organizativas.

### ACTITUDES

- Valoración crítica del concepto de autoridad y de responsabilidad.
- Reflexión sobre la planificación y control como aspectos esenciales para llevar a cabo cualquier actividad en la vida.
- Valoración crítica de los diferentes principios que rigen la organización de la empresa y su influencia en el desarrollo del trabajo.
- Reflexión sobre el papel que cada persona desempeña en las organizaciones informales a las que pertenece.
- Reflexión y valoración crítica del papel de los jefes, directivos y líderes en la empresa y en otros aspectos de la vida.

## Unidad 15. La dirección de recursos humanos

Un aspecto fundamental dentro de la organización empresarial es el de la gestión de los recursos humanos que en ella trabajan, pues de todos los factores que intervienen en los procesos productivos, este es, sin duda, el más relevante para el éxito de la organización.

El éxito de una empresa depende mucho de la motivación de sus empleados o de los incentivos que se hayan establecido para hacer actuar a los integrantes de una empresa en una determinada dirección. También son fundamentales las dinámicas de grupo que se creen.

Un aspecto primordial de la dirección de recursos humanos es identificar, de entre todos los integrantes de una empresa, a aquellos con mayor poder o autoridad sobre el resto para dirigir al grupo en la consecución de los objetivos que se hayan planteado.

Además, en esta unidad vamos a tratar asuntos de tipo técnico sobre la contratación y selección de personal, así como cuestiones de derecho laboral y tipos de contrato y solución a los problemas laborales, asuntos, todos ellos, que entran en el ámbito que debe resolver el departamento de recursos humanos de la empresa.

Esta unidad resulta clave para los alumnos, pues trata del aspecto que puede diferenciar en mayor medida las actuaciones de una empresa, como es el personal que la compone. La motivación del personal, su correcta selección y todo lo que tiene que ver con el personal en la empresa son vitales para lograr organizaciones eficientes y productivas pero que, además, creen entornos agradables de trabajo donde las personas establezcan lazos afectivos y contribuyan a generar un entorno agradable donde desarrollar su actividad profesional.

### **OBJETIVOS DIDÁCTICOS**

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

### **CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

- Conocer las teorías que existen sobre la motivación.
- Analizar los factores de motivación y su aplicación en casos particulares que se den en la empresa.
- Estudiar y valorar convenientemente los distintos estilos de dirección. Liderazgo y dirección.
- Diseñar las líneas básicas de un plan de comunicación para una empresa.
- Conocer la normativa laboral española, los contratos de trabajo y las vías para resolver los conflictos que puedan surgir en el terreno laboral.

### **DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS BÁSICAS**

Sin duda, la competencia básica que más se va a trabajar en esta unidad es la **competencia de autonomía e iniciativa personal**. Al hacer reflexionar a los alumnos sobre los procesos de la motivación en el trabajo, les estamos dotando de armas para que, en el futuro, encuentren los resortes indicados para funcionar en una determinada dirección, con confianza en sí

misimos y tomando las decisiones oportunas basadas en el conocimiento de los procesos de motivación que se dan en ellos mismos y los que puedan ser sus colaboradores. Pero, además, les estamos haciendo reflexionar sobre la posibilidad de desarrollar dotes de líderes y de ponerlas en práctica en diferentes circunstancias que les conduzcan a conseguir el éxito en sus empresas.

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

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

## **CONTENIDOS**

### **CONCEPTOS**

1. Las funciones de dirección de recursos humanos.
2. La motivación humana. Teorías sobre la motivación.
3. Las técnicas y factores de motivación.
4. Estilos y teorías sobre liderazgo.
5. La comunicación en la empresa y sus elementos: emisor, mensaje, código, canal de comunicación y receptor.
6. La selección de personal.
7. La modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo.
8. El conflicto colectivo y la negociación colectiva.

### **PROCEDIMIENTOS**

- Ante distintos supuestos, identificación de los sistemas de motivación existentes en la empresa.
- Análisis de las características propias de un líder.
- Debate sobre las distintas fuentes de poder que utilizan los líderes.
- 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**

- Análisis crítico de los procesos de selección de personal.
- Toma de conciencia de la importancia que tiene la motivación en cualquier trabajo y actividad humana.
- Valoración crítica de distintos sistemas retributivos en la empresa tendentes a modificar la motivación de los trabajadores.
- Capacidad para reconocer las fuentes de poder que utiliza un directivo o un líder.
- Análisis crítico de los distintos tipos de liderazgo y de su puesta en marcha en la empresa.
- Valoración de los procesos de comunicación de una empresa y capacidad de elección de la manera más adecuada de comunicación en cada caso particular.

## MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

(Específicos de la asignatura. Debemos definir donde se encuentran dichos recursos, aula, departamento...)

Los podemos clasificar en cuatro grandes grupos. Así encontraremos:

a. Recursos del entorno:

Ayuntamiento.

Empresas del entorno.

b. Recursos del centro.

Biblioteca.

Sala de audiovisuales con TV, Video y DVD.

Prensa diaria.

Retroproyectores.

c. Recursos del Departamento.

Bibliografía especializada.

Revistas especializadas.

Videos y películas.

d. Recursos de aula.

Libro de texto.

Apuntes elaborados.

Pizarra.

Aula

TIC. Plataforma Thatquiz y Helvia

Batería de ejercicios.

## INCORPORACIÓN DE LOS TEMAS TRANSVERSALES AL CURRÍCULUM

En esta materia se educa en los siguientes valores:

- Uso racional de los bienes económicos dada su escasez y el coste de producción -> educación para el consumo
- En la responsabilidad social de la empresa se insiste en el cuidado y respeto al medio ambiente durante el proceso productivo -> educación para el respeto al medio ambiente
- Se hace hincapié en la desigualdad en cuanto a países desarrollados y subdesarrollados (localización de las empresas)-> educación para el desarrollo
- Se insistirá en los derechos de los trabajadores (hombres, mujeres, emigrantes, etc) -> educación para igualdad de sexo y raza
- Con la política de prevención de riesgos laborales presente en la empresa -> educación para la salud
- Contra el acoso laboral de la mujer -> educación sexual y para la igualdad

## MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

1. PLAN ESPECÍFICO PARA ALUMNOS DE BACHILLERATO QUE HAYAN OPTADO POR MATRICULARSE SÓLO DE LAS MATERIAS CON EVALUACIÓN NEGATIVA Y CONSOLIDAR SU FORMACIÓN EN LAS MATERIAS APROBADAS.
2. MEDIDAS PARA ALUMNADO CON NEE

<b>3. MEDIDAS PARA ALUMNOS CON ALTAS CAPACIDADES INTELECTUALES</b>
--

Incluidas en la programación de departamento
--

<b>USO DE LAS TICs</b>
------------------------

Plataforma Helvia y Thatquiz, una clase a la semana
---

<b>MEDIDAS PREVISTAS PARA EL FOMENTO DE LA LECTURA</b>
--

- |   |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>- Lectura comprensiva de los enunciados para poder extraer los datos del mismo y poder así resolver los problemas.</li><li>- Búsqueda de textos relacionados con las unidades por Internet. Lectura en voz alta de los mismos y confección de un resumen por escrito.</li><li>- Recomendar la lectura de libros relacionados con las unidades</li></ul> |
|---|

Normativa aplicable:

- Real decreto 1467/2007 sobre la estructura del Bachillerato
- Decreto 416/2008 sobre Bachillerato
- Orden del 15/12/2008 sobre la evaluación en Bachillerato.
- Instrucciones del 05/06/2008 sobre evaluación en Bachillerato.
- Instrucciones del 19/06/2009 sobre la permanencia en el primer curso de Bachillerato.