

PROGRAMACIÓN GENERAL DEL DEPARTAMENTO DE ADMINISTRATIVO.

ASIGNATURA/ CURSO: 2020/202021	ECONOMÍA DE LA EMPRESA 2º BACHILLERATO
-----------------------------------	---

1. INTRODUCCIÓN

1.1. JUSTIFICACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN

Nuestra programación se asienta sobre cuatro pilares que la fundamentan y la dotan de sentido. El **contexto sociocultural** del centro y las **características de su alumnado** conforman las dos primeras fuentes de las que bebe. En tercer lugar, esta propuesta se enmarca en el **Plan de centro** que nuestro instituto ha elaborado para responder a las necesidades educativas de su entorno y de su alumnado. Finalmente, nuestra propuesta se nutre del **currículo oficial** diseñado por las administraciones educativas para el área de Economía.

1.1.1. EL ENTORNO SOCIOCULTURAL

Nuestro centro está situado Guadix, localidad de la zona norte de Granada, cuya población asciende a unos 21.000 habitantes. Las principales actividades económicas de la ciudad son las relacionadas con la agricultura y los servicios. La zona norte de la provincia de Granada, es de las zonas más deprimidas de España, con baja renta per cápita y con alto índice de paro. Las familias, por tanto, son de clase media y humilde, pero tienen grandes expectativas en lo que se refiere a la continuidad de sus hijos en estudios post-obligatorios y universitarios.

Nuestro Centro está situado en la zona Este de la Ciudad, en un extremo de la misma y por estar un poco alejado del centro, el alumnado que recibimos es preferentemente de los pueblos de la Comarca, aunque en la actualidad se reciben muchos alumnos de Guadix.

El centro recibe aproximadamente a unos 900 alumnos, a los que imparte las siguientes enseñanzas:

- Educación Secundaria Obligatoria.
- Bachillerato.
 - Ciencias y Tecnología.
 - Humanidades y Ciencias Sociales.
- Ciclo de Grado Medio de Gestión Administrativa, Atención A Personas En Situación De Dependencia, Peluquería, Soldadura y Calderería, Equipos e Instalaciones Electrotécnicas.
- Ciclo de Grado superior Dual de Administración y Finanzas; Instalaciones Electrotécnicas; Energías Renovables Dual.

1.1.2 LAS CARACTERÍSTICAS DEL ALUMNADO

Existe dos grupos de 2º de bachillerato, 2BS (22 alumnos) y 2BSH (12 alumnos) que forman una unidad de 34 alumnos en la materia de Economía:

- Hay seis alumnos que tienen pendiente la materia de Economía de 1º de bachillerato, y un alumno con Cultura Emprendedora y Empresarial.
- Un 44% de la clase presenta alumnado presenta dificultades académicas lo que se traduce

1. INTRODUCCIÓN

en dificultades para la realización de resúmenes identificando las ideas esenciales, esquemas, toma de apuntes y realización de ejercicios, sobre todo resolución de preguntas teóricas a desarrollar y resolución de problemas. No en su totalidad, pero sí en gran parte de ellos hay una falta de trabajo y estudio diario, que acentúan estas dificultades.

- El clima de convivencia y trabajo en clase es adecuado, si bien se aprecia que es un grupo poco participativo en clase, preguntando muy pocas dudas. Parte puede ser debido a que, de las 4 horas semanales de la materia, 3 de ellas son impartidas a última hora de la mañana, esto puede hacer que su capacidad de concentración y rendimiento sea claramente menor.
- El alumnado procede en igual proporción de pueblos de la comarca y de la localidad de Guadix.
- La mayor parte de las familias son de clase media, con padres sin cualificación o con estudios medios.
- A pesar de que la mayor parte del alumnado tiene como objetivo seguir con estudios universitarios, ciclos de formación profesional y opositar a policía nacional, hay una gran parte que encuentran el estudio difícil y aburrido. Entre los problemas que encuentran en el estudio está la mala organización y el distraerse fácilmente. El alumnado en general muestra una actitud receptiva en clase, pero les falta constancia en el trabajo en casa.
- Todos ellos tienen ordenador en casa, así como conexión a Internet.

1.1.3 EL PLAN DE CENTRO

El tercer referente que nos permite concretar nuestra programación es el **Plan de centro**. A pesar de la importancia del Proyecto de gestión y del ROF, es el **Proyecto educativo** el documento del centro que más huella deja en nuestra programación, destacando los objetivos que más influyen en ella:

- **Continuación con la implantación de las nuevas tecnologías** en la práctica docente. Las posibilidades que nos ofrecen las nuevas TECNOLOGÍAS DEL APRENDIZAJE Y EL CONOCIMIENTO facilitan un proceso de enseñanza aprendizaje que:
 - a- Proporciona al alumnado un rol activo, participativo, y de trabajo cooperativo.
 - b- Conecta el centro con el entorno a nivel local y global.
 - c- Nos permite utilizar el lenguaje y los recursos propios de nuestros alumnos-as conectando con sus intereses y motivaciones.
- **Fomentar la lectura y escritura** entre el alumnado, principalmente en las etapas de la ESO y Bachillerato y CFGM, la lectura y escritura son básicas.
- **Mejorar y evolucionar los hábitos de trabajo del alumnado en clase hacia planteamientos o propuestas metodológicas que faciliten un aprendizaje competencial.**
- **Control en la asistencia del alumnado a clase**, uso de la plataforma PASEN y PDA SENECA para gestionar las faltas, tareas, actividades y evaluaciones.
- **Uso de la agenda escolar**, con fines didácticos y de intercambio de información.
- **Educación en los valores democráticos y de tolerancia**

1.1.4 LAS CONCRECIONES DEL CURRÍCULO OFICIAL

La Administración educativa central estableció el currículo básico de la Educación

1. INTRODUCCIÓN

Secundaria Obligatoria y Bachillerato en el Real Decreto 1105/2014 (BOE de 3 de enero de 2014). La Administración educativa regional establece la ordenación y el currículo del Bachillerato en la Comunidad Autónoma de Andalucía mediante el Decreto 110/2016, de 14 de junio y lo desarrolla en la Orden 14 de Julio de 2016, convirtiéndose en nuestro referente legislativo.

A partir de los rasgos del entorno sociocultural y de nuestro alumnado de 2º de bachillerato, así como del citado Real Decreto y de las pautas establecidas por el Plan de centro, y muy especialmente por el Proyecto educativo, configuramos **esta programación didáctica que se apoya en las siguientes ideas:**

- Claridad de exposición y concreción, a la hora de exponer los contenidos de la materia.
- Planteamiento correcto y ausencia de errores de cálculo en la resolución de problemas, siendo además la presentación clara y limpia. Mostrar de forma expresa y con exactitud los resultados que se piden en los problemas.
- Entre las finalidades que se persiguen están la reflexión crítica y el fomento del hábito de la lectura.
- Emplearemos las tecnologías de la información y la comunicación, ya que es un factor de motivación ante el cuál el alumnado responde positivamente.
- La materia de Economía de la Empresa les será de utilidad a los alumnos y alumnas en muchos aspectos de su vida. En sus decisiones de financiación, en sus relaciones laborales, en su actividad como contribuyentes, como futuros empresarios, directivos o empleados, como receptores de información y, en definitiva, como ciudadanos y ciudadanas responsables.
- La materia de Economía de la Empresa también capacitará a los alumnos para acceder a la educación superior.

1.2. LEGISLACIÓN EDUCATIVA QUE LA REGULA.

- Sistema Educativo: LOE (Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación) y LEA (Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación en Andalucía).
- Currículo: Real Decreto 1105/2014, de 26 de diciembre, por el que se establece el currículo básico de la Educación Secundaria Obligatoria y del Bachillerato.
- Decreto 110/2016, de 14 de junio, por el que se establece la ordenación y el currículo del Bachillerato en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
- Orden de 14 de julio de 2016, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al Bachillerato en la Comunidad Autónoma de Andalucía, se regulan determinados aspectos de la atención a la diversidad y se establece la ordenación de la evaluación del proceso de aprendizaje del alumnado.

3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVOS GENERALES DE ETAPA.

El **Real Decreto 1105/2014**, fija para la etapa de bachillerato los siguientes objetivos:

- a) Ejercer la ciudadanía democrática, desde una perspectiva global, y adquirir una conciencia cívica responsable, inspirada por los valores de la Constitución española, así como por los derechos humanos, que fomente la corresponsabilidad en la construcción de una sociedad justa y equitativa.

3. OBJETIVOS

- b) Consolidar una madurez personal y social que les permita actuar de forma responsable y autónoma y desarrollar su espíritu crítico. Prever y resolver pacíficamente los conflictos personales, familiares y sociales.
- c) Fomentar la igualdad efectiva de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres, analizar y valorar críticamente las desigualdades y discriminaciones existentes, y en particular la violencia contra la mujer e impulsar la igualdad real y la no discriminación de las personas por cualquier condición o circunstancia personal o social, con atención especial a las personas con discapacidad.
- d) Afianzar los hábitos de lectura, estudio y disciplina, como condiciones necesarias para el eficaz aprovechamiento del aprendizaje, y como medio de desarrollo personal.
- e) Dominar, tanto en su expresión oral como escrita, la lengua castellana y, en su caso, la lengua cooficial de su Comunidad Autónoma.
- f) Expresarse con fluidez y corrección en una o más lenguas extranjeras.
- g) Utilizar con solvencia y responsabilidad las tecnologías de la información y la comunicación.
- h) Conocer y valorar críticamente las realidades del mundo contemporáneo, sus antecedentes históricos y los principales factores de su evolución. Participar de forma solidaria en el desarrollo y mejora de su entorno social.
- i) Comprender los elementos y procedimientos fundamentales de la investigación y de los métodos científicos. Conocer y valorar de forma crítica la contribución de la ciencia y la tecnología en el cambio de las condiciones de vida, así como afianzar la sensibilidad y el respeto hacia el medio ambiente.
- j) Afianzar el espíritu emprendedor con actitudes de creatividad, flexibilidad, iniciativa, trabajo en equipo, confianza en uno mismo y sentido crítico.
- k) Desarrollar la sensibilidad artística y literaria, así como el criterio estético, como fuentes de formación y enriquecimiento cultural.
- l) Utilizar la educación física y el deporte para favorecer el desarrollo personal y social.
- m) Afianzar actitudes de respeto y prevención en el ámbito de la seguridad vial.

La Orden de 14 de julio de 2016, establece que el Bachillerato en Andalucía contribuirá a desarrollar en el alumnado las capacidades que le permitan:

- a) Profundizar en el conocimiento y el aprecio de las peculiaridades de la modalidad lingüística andaluza en todas sus variedades.
- b) Profundizar en el conocimiento y el aprecio de los elementos específicos de la historia y la cultura andaluza, así como su medio físico y natural y otros hechos diferenciadores de nuestra Comunidad para que sea valorada y respetada como patrimonio propio y en el marco de la cultura española y universal.

3.2. OBJETIVOS DEL CURSO/NIVEL.

1. Distinguir los diferentes tipos y formas jurídicas de empresas relacionándolas con las exigencias de capital y responsabilidades para cada tipo e identificando los rasgos específicos del tejido empresarial andaluz y español.
2. Analizar las relaciones entre empresa, sociedad y medioambiente, conociendo la relevancia de los procesos de generación de valor y la importancia de las dimensiones de la responsabilidad social empresarial.
3. Describir y analizar los diferentes factores que determinan la localización y las diferentes modalidades de dimensión de una empresa.
4. Identificar la función de cada una de las áreas de actividad de la empresa:

3. OBJETIVOS

aprovisionamiento, producción y comercialización, inversión y financiación y recursos humanos, y administrativa, así como sus modalidades organizativas.

5. Calcular y representar gráficamente problemas referidos a productividad, costes, beneficios y gestión de stocks, interpretando los resultados obtenidos y realizando propuestas de mejora.
6. Caracterizar los rasgos de los mercados, los rasgos de su segmentación e investigación, así como los de las variables de las políticas de marketing empresarial, valorando el papel de la innovación tecnológica y ética empresarial en su aplicación.
7. Reconocer los diferentes elementos patrimoniales y la función que tienen asignada, clasificándolos según criterios contables, analizando la situación de la empresa y proponiendo medidas para su mejora.
8. Describir los principales impuestos que afectan a la empresa y valorar el cumplimiento de las obligaciones fiscales empresariales.
9. Diferenciar las modalidades de financiación interna y externa, sus costes y las modalidades de inversión empresarial, aplicando métodos estáticos y dinámicos para seleccionar y valorar proyectos alternativos.

2.- APRENDIZAJES NO ADQUIRIDOS CURSO 2019-2020

2.1.- CONTENIDOS NO IMPARTIDOS DURANTE EL CURSO 2019 – 2020

- La política Monetaria.
- Internacionalización de la Economía.

2.2- ESTRATEGIAS DE INCLUSIÓN DE LOS APRENDIZAJES NO ADQUIRIDOS

Al existir la PEVAU, serán los contenidos sobre los que versa la prueba prioritarios a la hora de ser impartidos. Una vez trabajados estos contenidos se trabajarán los contenidos no impartidos durante el curso 19-20, ya que no están relacionados con ninguna unidad didáctica de este curso, ni son necesarios para que el alumnado pueda asimilar los contenidos del curso actual.

4. CONTENIDOS

4.1. BLOQUES TEMÁTICOS DE CONTENIDOS.

La Orden de 14 de Julio de 2016 establece que los contenidos para la materia de economía de la empresa se estructuran en siete bloques, que son los siguientes.

1. La empresa.
2. Desarrollo de la empresa.
3. Organización y dirección de la empresa.
4. La función productiva.
5. La función comercial de la empresa.
6. La información en la empresa.
7. La función financiera.

4. CONTENIDOS

Los contenidos de la materia se presentan estructurados en cuatro bloques temáticos que se exponen a continuación, detallando las unidades didácticas incluidas en cada uno de ellos.

Bloques temáticos de la programación

I Introducción a la empresa	Engloba los contenidos generales que serán desarrollados en los bloques posteriores. Considera a la empresa desde un punto de vista global y relacionado con su función social. Se analiza su intervención en la sociedad como generadora de riqueza, pero también se atiende a la responsabilidad social de sus actos, sin olvidar el crecimiento de las empresas multinacionales y la competencia global, y el papel de las pequeñas y medianas empresas como generadoras de empleo.
II. Áreas funcionales de la empresa.	Profundizamos en las distintas áreas funcionales de la empresa.
III. Información contable.	Analiza la manera en que la empresa gestiona la información derivada de sus obligaciones contables y que sirve de base para la toma de decisiones o para informar a terceros interesados, como accionistas, trabajadores, acreedores o el propio estado, entre otros.
IV. Organización y dirección de la empresa.	Analiza la división técnica del trabajo y la necesidad de organización en el mercado actual, así como se profundiza en las funciones básicas de la dirección.

Estos cuatro bloques de contenidos se dividen a su vez en 12 unidades didácticas.

Bloques temáticos de la programación	Unidades Didácticas	
I Introducción a la empresa.	U.D.1	El papel de la empresa en la economía.
	U.D.2	Clases y formas de empresas.
II. Áreas funcionales de la empresa	U.D.3	La inversión en la empresa
	U.D.4	La financiación de la empresa.
	U.D.7	La producción en la empresa (I).
	U.D.8	La producción en la empresa (II)
	U.D.9.	La comercialización. La política de marketing.

4. CONTENIDOS

III Información contable de la empresa.	U.D.5	La información de la empresa.
	U.D.6	Análisis económico y financiero.
IV Organización y dirección de la empresa.	U.D.10	Los recursos humanos.
	U.D.11	La organización, la gestión y el control.
	U.D.12	Las decisiones estratégicas.

4.1.TEMPORALIZACIÓN.

Nuestra temporalización asume como presupuesto el calendario escolar del curso 2020/21. Contamos, por tanto, con 175 días lectivos. Puesto que la asignación horaria para esta materia es de cuatro horas semanales, el número aproximado de sesiones por evaluación es:

▪ 1ª Evaluación: 55 sesiones (42%).	Nº total aproximado de 129 sesiones.
▪ 2ª Evaluación: 42 sesiones (33%).	
▪ 3ª Evaluación: 32 sesiones (25%).	

Trimestre 1	Unidades 1, 2,3, 4, 5
	1º Evaluación
Trimestre 2	Unidades 5,6 7,8 y 9.
	Recuperación 1ª evaluación
	2ª evaluación
Trimestre 3	Unidades 10, 11 y 12.
	Recuperación 2ª evaluación
	3º evaluación
	Prueba final.

Es una obviedad señalar que 129 es el número de sesiones siempre y cuando no se produzcan circunstancias que las reduzcan (actividades extraescolares o complementarias, organizadas por el centro u otros departamentos, huelgas, indisposiciones...). Cualquier circunstancia de las anteriores implicaría introducir modificaciones y muy especialmente la posibilidad de confinamiento parcial o total, con la consecuente vuelta a la tele enseñanza, como consecuencia se priorizarían las unidades de contenidos más teóricos (9, 10, 11 y 12), en detrimento de las unidades con contenidos más prácticos, más difíciles de introducir en la tele enseñanza.

5. TRATAMIENTO DE LA INTERDISCIPLINARIDAD

5.1. RELACIÓN CON OTRAS MATERIAS.

Unidad didáctica	Interdisciplinarietàad	
	Área relacionada	Contenido del área
1. El papel de la empresa en la economía.	Matemáticas.	Cálculo e interpretación de porcentajes.
	Filosofía	Responsabilidad Social de la empresa.
2. Clases y formas de empresas.	Matemática	Cálculo en interpretación de porcentajes
3. Las inversiones de la empresa.	Matemáticas	Cálculo del <i>payback</i> y del <i>VAN</i> .
4. La financiación de la empresa.	Matemáticas	Cálculo de los costes de las fuentes financieras, implícitos y explícitos.
La información de la empresa.	Filosofía	Ética en los negocios.
6. Análisis económico y financiero.	Matemáticas aplicadas a las ciencias sociales	Cálculo e interpretación de ratios.
9. La comercialización. La política de marketing	Filosofía y ciudadanía.	Actitud crítica ante las estrategias agresivas de los publicistas por conseguir un aumento en sus ventas.
	Matemáticas aplicadas a las ciencias sociales	Cálculo de la cuota de mercado.
	Biología	Toma de conciencia de los problemas del medioambiente y el consumo masivo.
	Filosofía y ciudadanía.	Análisis crítico de las informaciones de diferentes agentes financieros sobre sus activos y sus consecuencias en el mercado financiero a través de la lectura de la prensa. Capacidad crítica para detectar la posible ilegalidad de determinadas campañas de publicidad y análisis de los límites que no puede franquear la publicidad.

5. TRATAMIENTO DE LA INTERDISCIPLINARIDAD

10. Los Recursos Humanos.	Psicología	Motivación y liderazgo
11. La organización, gestión y control.	Historia del mundo contemporáneo.	Historia de la organización del trabajo.
12. Las decisiones estratégicas.	Geografía.	Localización de empresas. Empresas multinacionales.

6. METODOLOGÍA

Un enfoque metodológico basado en las competencias clave y en los resultados de aprendizaje conlleva importantes cambios en la concepción del proceso de enseñanza-aprendizaje, cambios en la organización y en la cultura escolar; requiere la estrecha colaboración entre los docentes en el desarrollo curricular y en la transmisión de información sobre el aprendizaje de los alumnos y alumnas, así como cambios en las prácticas de trabajo y en los métodos de enseñanza.

La adquisición eficaz de las competencias clave por parte del alumnado y su contribución al logro de los objetivos de las etapas educativas, desde un carácter interdisciplinar y transversal, requiere del diseño de actividades de aprendizaje integradas que permitan avanzar hacia los resultados de aprendizaje de más de una competencia al mismo tiempo.

Los métodos deben partir de la perspectiva del docente como orientador, promotor y facilitador del desarrollo competencial en el alumnado; además, deben enfocarse a la **realización de tareas o situaciones-problema**, planteadas con un objetivo concreto, que el alumnado debe resolver haciendo un uso adecuado de los distintos tipos de conocimientos, destrezas, actitudes y valores; asimismo, deben tener en cuenta la atención a la diversidad y el respeto por los distintos ritmos y estilos de aprendizaje mediante prácticas de trabajo individual y cooperativo.

Una **tarea** finaliza o conduce a la elaboración de un **PRODUCTO FINAL** relevante, con un valor cultural, artístico, social e incluso económico determinado, que permita resolver una situación-problema real en un contexto social, personal, familiar y/o escolar preciso **aplicando contenidos** mediante el desarrollo de ejercicios y poniendo en marcha procesos mentales imprescindibles mediante el desarrollo de actividades. La utilización de este producto final en el contexto para el que se ha elaborado debe permitir, siempre que sea posible, la participación del alumnado en tareas que desarrollan interacciones reales en los contextos seleccionados.

Las tareas configuran el eje central de la metodología ya que entorno a ellas cobran o adquieren sentido el resto de elementos curriculares que fijan los aprendizajes (saber implícito), es decir, las tareas son el elemento que posibilita la práctica del conocimiento expresado en los elementos curriculares.

En el actual proceso de inclusión de las competencias como elemento esencial del currículo, es preciso señalar que cualquiera de las metodologías seleccionadas por los docentes para favorecer el desarrollo competencial de los alumnos y alumnas debe ajustarse al nivel competencial inicial de estos. Además, es necesario secuenciar la enseñanza de tal modo que se parta de aprendizajes más simples para avanzar gradualmente hacia otros más complejos.

Uno de los elementos clave en la enseñanza por competencias es **despertar y mantener la motivación** hacia el aprendizaje en el alumnado, lo que implica un nuevo planteamiento del papel del alumno, activo y autónomo, consciente de ser el responsable de su aprendizaje.

Los métodos docentes deberán favorecer la motivación por aprender en los alumnos y alumnas y, a tal fin, los profesores han de ser capaces de generar en ellos la curiosidad y la necesidad por adquirir los conocimientos, las destrezas y las actitudes y valores presentes en las competencias. Asimismo, con el propósito de mantener la motivación por aprender es necesario que los profesores procuren todo tipo de ayudas para que los estudiantes comprendan lo que aprenden, sepan para qué lo

6. METODOLOGÍA

aprenden y sean capaces de usar lo aprendido en distintos contextos dentro y fuera del aula. Deben facilitar, por tanto, la **transferibilidad y practicidad** de lo aprendido.

Para potenciar la motivación por el aprendizaje de competencias se requieren, además, **metodologías activas y contextualizadas**. Aquellas que faciliten la participación e implicación del alumnado y la **adquisición y uso de conocimientos en situaciones reales**, serán las que generen **aprendizajes más transferibles y duraderos**.

Las metodologías activas han de apoyarse en estructuras de **aprendizaje cooperativo**, de forma que, a través de la resolución conjunta de las tareas, los miembros del grupo conozcan las estrategias utilizadas por sus compañeros y puedan aplicarlas a situaciones similares.

Para un proceso de enseñanza-aprendizaje competencial las **estrategias interactivas** son las más adecuadas, al permitir compartir y construir el conocimiento y dinamizar la sesión de clase mediante el intercambio verbal y colectivo de ideas. Las metodologías que contextualizan el aprendizaje y permiten el **aprendizaje por proyectos, los centros de interés, el estudio de casos o el aprendizaje basado en problemas** favorecen la participación activa, la experimentación y un aprendizaje funcional que va a facilitar el desarrollo de las competencias, así como la motivación de los alumnos y alumnas al contribuir decisivamente a la transferibilidad de los aprendizajes.

El trabajo por proyectos, especialmente relevante para el aprendizaje por competencias, se basa en la propuesta de un plan de acción con el que se busca conseguir un determinado resultado práctico. Esta metodología pretende ayudar al alumnado a organizar su pensamiento favoreciendo en ellos la reflexión, la crítica, la elaboración de hipótesis y la tarea investigadora a través de un proceso en el que cada uno asume la responsabilidad de su aprendizaje, aplicando sus conocimientos y habilidades a proyectos reales. Se favorece, por tanto, un aprendizaje orientado a la acción en el que se integran varias áreas o materias: los estudiantes ponen en juego un conjunto amplio de conocimientos, habilidades o destrezas y actitudes personales, es decir, los elementos que integran las distintas competencias.

Asimismo, resulta recomendable el **uso del portfolio**, que aporta información extensa sobre el aprendizaje del alumnado, refuerza la evaluación continua y permite compartir resultados de aprendizaje. El portfolio es una herramienta motivadora para el alumnado que potencia su autonomía y desarrolla su pensamiento crítico y reflexivo.

La selección y uso de **materiales y recursos didácticos** constituye un aspecto esencial de la metodología. El profesorado debe implicarse en la elaboración y diseño de diferentes tipos de materiales, adaptados a los distintos niveles y a los diferentes estilos y ritmos de aprendizaje de los alumnos y alumnas, con el objeto de atender a la diversidad en el aula y personalizar los procesos de construcción de los aprendizajes. Se debe potenciar el uso de una variedad de materiales y recursos, considerando especialmente la **integración de las Tecnologías de la Información y la Comunicación** en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten el acceso a recursos virtuales.

Finalmente, es necesaria una adecuada coordinación entre los docentes sobre las estrategias metodológicas y didácticas que se utilicen. Los departamentos didácticos y los equipos educativos deben plantearse una reflexión común y compartida sobre la eficacia de las diferentes propuestas metodológicas con criterios comunes y consensuados. Esta coordinación y la existencia de estrategias conexas permiten abordar con rigor el tratamiento integrado de las competencias y progresar hacia una construcción colaborativa del conocimiento.

En cualquier caso, **resulta inútil la búsqueda de un método universal** para la enseñanza; se refuerza la **idea de pluralismos metodológicos** que permitan la creación de ambientes de aprendizaje que amplíen las oportunidades para el aprendizaje de todos los niños-as.

Para impartir los contenidos para cada unidad didáctica, seguiremos el siguiente procedimiento:

1. Explicación de cada uno de los conceptos en base al libro de texto y a documentación entregada previamente a los alumnos (fotocopias, esquemas...) o documentación que el alumno deberá

6. METODOLOGÍA

obtener utilizando las distintas tecnologías de la información y comunicación con las que cuenta el centro, esto último bajo guía de la profesora.

2. Resolución de cuestiones y ejercicios sobre los contenidos de cada unidad didáctica.
3. Realización de tareas o situaciones-problema, planteadas con un objetivo concreto.
4. Poner en común el resultado de las actividades.
5. Utilización preferente cuando sea posible de nuevas tecnologías como el uso de Classroom, hoja de cálculo, Internet, Padlet, etc...

6.1. MATERIALES Y RECURSOS.

Se utilizarán principalmente los siguientes:

- Los alumnos utilizarán en clase el libro de texto de "ECONOMÍA DE LA EMPRESA. Serie Analiza" editorial Santillana, junto al cual deberán tomar apuntes y anotaciones acerca de los contenidos que en cada caso se expliquen. Asimismo, contarán con un cuadernillo de ejercicios elaborado por la profesora, donde encontrarán la mayoría de actividades a realizar durante el curso, así como diversos apuntes complementarios a los contenidos del libro de texto.
- Artículos seleccionados de prensa y revistas especializadas.: "El País", "ABC", "El Mundo", "Emprendedores" ...
- Recursos obtenidos de portales educativos:
 - a. www.gepeese.com
 - b. www.finanzasparatodos.es
 - c. www.edufinet.com/edufinext/
 - d. www.finanzasparamortales.es
 - e. www.educaixa.com/area-educacion-financiera
 - f. www.cajasol.com/fundacion/content/programa-de-educaci%C3%B3n-financiera
- Recursos informáticos: presentaciones de determinados contenidos vía ordenador y cañón de luz, utilizando programas como Power Point, Emaze, Prezi, Padlet.
- Utilización de la plataforma Google Classroom.
- Internet: como medio de búsqueda de información en determinados momentos a lo largo del curso, utilizando entre otras las siguientes páginas web:
 - g. www.ine.es
 - h. www.ieajuntadeandalucia.es
 - i. <http://ec.europa.eu/eurostat>
- Videos:
 - j. "Tiempos modernos".
 - k. "Responsabilidad Social Corporativa"
 - l. "La pirámide de Maslow".

6.2. TAREAS A TRABAJAR EN LAS UDIs

La UDI 0, que versará sobre la COVID-19 tiene un objetivo primordial, que consiste en generar las clases de Classroom y realizar un ejercicio muy sencillo (texto, gráfico, vídeo,) que sirva para que Profesorado y alumnado establezcan conexión y "engrasen" el proceso de tele enseñanza, además de adquirir conciencia de la situación actual.

6. METODOLOGÍA

En el resto de unidades las actividades a realizar serán de la siguiente tipología:

- **Tipo de actividades específicas de la materia.**
 - Redacción de preguntas teóricas exponiendo de forma clara y concreta los contenidos, ayudándose de ejemplos de la vida real que muestren la total comprensión de los contenidos.
 - Resolución de problemas, siendo el planteamiento correcto, la resolución sin errores de cálculo, mostrando el proceso llevado a cabo para obtener la respuesta. La presentación deberá ser clara y limpia.
 - Resolución de preguntas tipo test.
 - Realización de ejercicios de apoyo y ampliación
 - Recogida y análisis de información económica por parte de los alumnos de los distintos medios de comunicación (Periódicos, Internet, Radio, Televisión, etc.).

- **Actividades relacionadas con el uso de las TICs.**
 - Utilización de plataforma Google Classroom.
 - Búsqueda en Internet del número de empresas en España y su clasificación según tamaño y forma jurídica.
 - Utilización de la hoja de cálculo Excel para calcular la TIR.
 - Búsqueda a través de Internet de las noticias de economía.
 - Búsqueda a través de Twitter de noticias de economía.
 - Actividades relacionadas con la unidad 9 (Marketing).

- **Actividades relacionadas con la vida cotidiana.**
 - Reconocer la forma jurídica de las empresas del entorno cercano, familiar en el caso de algunos alumnos y sus características.
 - Identificar las estrategias agresivas de los publicistas para conseguir aumentar las ventas del producto.
 - Valorar críticamente los atributos añadidos a un producto con el fin de inducir a su compra.
 - Conocer las estrategias que siguen las empresas para fijar precios y valorar lo que esconden los precios altos y bajos.
 - Reconocer en los productos financieros ofertados por las entidades financieras sus diferentes características de rentabilidad, riesgo y liquidez.

6.3. PROYECTO LECTOR. Propuestas que promuevan el fomento de la lectura, expresión oral y escrita.

- En aquellas unidades en las que existan textos complementarios, artículos de periódico, etc., la profesora propondrá al alumnado su lectura comprensiva y la realización de un comentario crítico de las mismas. Posteriormente se realizará la puesta en común y la realización de un pequeño debate.

- Entre las lecturas de textos complementarios están planificadas las siguientes:

Unidad	Texto
--------	-------

6. METODOLOGÍA

Ud. 1	La moda de las raciones individuales.
Ud7.	Productividad. José Luis Sampedro.
Ud. 12	Señores seamos más responsables
Ud. 12	
Ud. 9.	
Ud. 10	La vida de Ohanes

- Se efectuará un breve comentario de las noticias de economía que han sido titular en la prensa, los informativos de televisión, la radio y otros medios que estén relacionadas con los contenidos de la asignatura. No se profundizará en las mismas, con una explicación general bastará ya que con ello se pretende que el alumnado se habitúe a estar al corriente de lo que ocurre en su entorno y de que sean conscientes de lo presente que está la economía en el mundo actual.

6.4. ACTIVIDADES EXTRAESCOLARES Y COMPLEMENTARIAS

1. Participación Olimpiadas de Economía de la Universidad de Granada.
2. Viajes derivados de la participación en concursos escolares.
3. Conferencias sobre temas relacionados con el mundo de la empresa, sobre Proyectos de Empresas, Seguridad Social, Búsqueda de Empleo, Bolsa, etc.

6.5. ESTRATEGIAS METODÓLOGICAS DE TELE ENSEÑANZA.

Con carácter general, se utilizará Google Classroom bajo la estructura o paraguas G-Suite activada por el centro y que ofrece funcionalidades tan importantes como: la creación de correos corporativos @iesacci.org y almacenamiento en nube ilimitado para el profesorado y alumnado, trabajar con documentos compartidos para facilitar la coordinación docente y el trabajo cooperativo por parte del alumnado, enlace de grupo a Meet para la realización de las videoconferencias, facilitar el seguimiento del proceso de enseñanza-aprendizaje del alumnado por parte de las familias ya que el sistema genera automáticamente informes semanales.

También se podrá utilizar la plataforma Moodle de la Junta de Andalucía por parte de todos los docentes y alumnado del centro. En cualquier caso, la clave está en el uso de un sistema compartido por parte de toda la comunidad educativa que sistematice el proceso de trabajo telemático o e-learning y evite la dispersión de sistemas o procesos que se produjo en el anterior confinamiento y que generó serios e importantes problemas de seguimiento o funcionamiento del proceso de enseñanza-aprendizaje. Por ello, durante los primeros días de clase se trabajará en todas las áreas, materias, y módulos en una unidad 0 que permita familiarizar al profesorado y alumnado con el trabajo telemático a través de Google Classroom que nos permita estar preparados ante un posible confinamiento parcial (grupo de convivencia) o global.

7. EVALUACIÓN

Es en la evaluación donde se producen algunos de los cambios más significativos cuando hablamos de programación por competencias.

7. EVALUACIÓN

En primer lugar, porque es entorno a los criterios de evaluación donde se fundamenta el diseño de la programación y, especialmente, de las **unidades didácticas integradas o unidades de desarrollo**. Son, por ejemplo, el eje sobre el que se toman las decisiones de tipo metodológico ya que será el trabajo diario en el aula y el entorno lo que facilite, o no, la adquisición o desarrollo de las competencias clave.

Los criterios de evaluación y la consiguiente **evaluación criterial** suponen un cambio fundamental ya que el profesorado debe centrar el proceso evaluativo en la valoración de si el alumnado ha alcanzado o no esas **habilidades, capacidades, destrezas, actitudes, competencias marcadas por los criterios de evaluación y concretadas o especificadas vía estándares de aprendizaje**. A diferencia de la tendencia habitual de evaluar en base a los contenidos.

Debemos **tomar importantes decisiones a nivel departamental**, especialmente en cuanto a la **ponderación de los criterios de evaluación y a la determinación o concreción de las técnicas e instrumentos-herramientas de evaluación** más adecuados para evaluar en base a las estrategias metodológicas que hemos propuesto en la presente programación didáctica.

Resulta, por tanto, fundamental que a nivel de centro educativo y departamento didáctico realicemos una profunda reflexión en torno a:

- Los **criterios de evaluación** y estándares de aprendizaje de cada una de las áreas y materias. Especialmente, en cuanto al **peso y relevancia que queremos otorgarles**.
- Las diferentes **técnicas y herramientas e instrumentos de evaluación** a utilizar durante el proceso de enseñanza-aprendizaje para proceder a la valoración de lo aprendido. Tenemos que decidir cuáles son los más adecuados en base a las estrategias metodológicas puestas en práctica.

En base a lo indicado y de acuerdo con las normas que regulan el proceso evaluador, **el profesorado evaluará los aprendizajes del alumnado en relación con el logro de las competencias**, teniendo en cuenta los criterios de evaluación. La pregunta que esta situación nos plantea es: ¿cómo se hace esa cuenta?, ¿cómo se logra evaluar las competencias a partir de los criterios de evaluación? La respuesta supone adoptar una metodología sencilla, pero eficiente. Esta respuesta se podría formular del modo siguiente.

1. En primer lugar, realizando un análisis detenido de cada una de las competencias para identificar los comportamientos que podrían llegar a expresar adecuadamente el nivel de dominio adquirido.
2. En segundo lugar, relacionando esos posibles comportamientos con los objetivos y criterios de evaluación definidos en cada una de las áreas curriculares. Esta decisión deberá adoptarse en el marco del proyecto educativo de centro y en cada departamento didáctico.

7.1 CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Los criterios de evaluación deben servir de referencia para valorar lo que el alumnado sabe y sabe hacer en cada área o materia. Estos criterios de evaluación se desglosan en estándares de aprendizaje evaluables. Para valorar el desarrollo competencial del alumnado, serán estos estándares de aprendizaje evaluables, como elementos de mayor concreción, observables y medibles, los que, al ponerse en relación con las competencias clave, permitirán graduar el rendimiento o desempeño alcanzado en cada una de ellas.

El conjunto de criterios de evaluación de un área o materia determinada dará lugar a su **perfil de área** o materia. Dado que los criterios de evaluación-estándares de aprendizaje evaluables se ponen en relación con las competencias, este perfil permitirá identificar aquellas competencias que se desarrollan a través de esa área o materia.

Todas las áreas y materias deben contribuir al desarrollo competencial. El conjunto de criterios de

7. EVALUACIÓN

evaluación de las diferentes áreas o materias que se relacionan con una misma competencia da lugar al perfil de esa competencia (**perfil de competencia**).

7.2 PONDERACIÓN DE LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN.

Para evaluar la adquisición de las competencias clave y la asimilación de los distintos contenidos se atenderá a los criterios de evaluación de la asignatura de Economía de la Empresa, marcados o establecidos por la Orden de 14 de julio de 2016 y ponderados por el departamento didáctico como se indica a continuación. Así mismo se indica que instrumentos de evaluación serán los utilizados, como más convenientes, para la valoración o evaluación de cada criterio.

UD	Criterios	Ponderación	Instrumentos
UD1	Describir e interpretar los diferentes elementos de la empresa y la función de la empresa en la economía.	8%	PRUEBA OBJETIVA: 70% TAREAS: 30%
UD2	Describe e interpreta las clases de empresas, así como las distintas formas jurídicas que adoptan relacionando con cada una de ellas las responsabilidades legales de sus propietarios y gestores y las exigencias de capital.	8%	
	Reconocer la importancia del cumplimiento de las obligaciones fiscales y explicar los diferentes impuestos que afectan a las empresas.	2%	
UD3	Valorar distintos proyectos de inversión, justificando razonadamente la selección de la alternativa más ventajosa.	8%	
UD4	Diferenciar las posibles fuentes de financiación en un determinado supuesto, razonando la elección más adecuada	8%	
UD5.	Identificar los datos más relevantes del balance y de la cuenta de pérdidas y ganancias, explicando su significado.	8%	
UD6	Diagnosticar la situación a partir de la información obtenida del Balance y cuenta de Pérdidas y Ganancias y proponer medidas para su mejora	9%	
UD7.	Analizar diferentes procesos productivos desde la perspectiva de la eficiencia y la productividad, reconociendo la importancia de la I+D+i.	8%	
UD8	Determinar la estructura de ingresos y costes de una empresa, calculando su beneficio y su umbral de rentabilidad, a partir de un supuesto planteado.	8%	
	Describir los conceptos fundamentales del ciclo de inventario y manejar los modelos para su gestión	1%	
UD9	Analizar las características del mercado y explicar, de acuerdo con ellas, las políticas de marketing aplicadas por una empresa ante diferentes situaciones y objetivos.	8%	
UD10	Explicar la gestión y control de los recursos de una empresa, valorando las posibles modificaciones a realizar en función del entorno en el que desarrolla su actividad y de los objetivos planteados.	8%	

7. EVALUACIÓN

UD11	Explicar la organización de los recursos de una empresa, valorando las posibles modificaciones a realizar en función del entorno en el que desarrolla su actividad y de los objetivos planteados.	8%	
UD12	Identificar y analizar los rasgos principales del entorno en el que la empresa desarrolla su actividad y explicar, a partir de ellos, las distintas estrategias y decisiones adoptadas y las posibles implicaciones sociales y medioambientales de su actividad.	4%	
	Identificar y analizar las diferentes estrategias de crecimiento y las decisiones tomadas por las empresas, tomando en consideración las características del marco global en el que actúan	4%	

El módulo Séneca de evaluación por competencias permite realizar una ponderación uniforme entre los diversos criterios o una ponderación específica para cada criterio otorgando mayor peso a aquellos considerados más relevantes o importantes en la valoración de su adquisición.

➤ TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN.

Al igual que planteábamos con las estrategias metodológicas, a la hora de decidir qué técnicas e instrumentos de evaluación utilizar, lo ideal es que la respuesta surja de la reflexión sobre qué queremos evaluar o vamos a evaluar (criterios de evaluación-estándares) para seleccionar entre la **amplia variedad de posibilidades** cuál o cuáles son las más adecuadas. Por tanto, al igual que ocurre con la metodología, lo lógico es que utilicemos **técnicas e instrumentos variados** desde el convencimiento de que **resulta inútil o incompleto el uso de un solo instrumento universal** para la evaluación. Podemos, al contrario, aprovechar una amplia variedad de instrumentos que nos permitan evaluar en base a los diferentes ambientes de aprendizaje; tipo de asignatura, centro educativo, alumnado, familias, entorno, ...

Debemos tener esta idea en consideración a la hora de valorar a continuación el uso de la rúbrica como un instrumento especialmente adecuado para la valoración de los aprendizajes competenciales, pero, no único o infalible.

Las CCC se desarrollan mediante la realización de tareas y las tareas se evalúan más adecuadamente mediante rúbricas.

Una rúbrica es una matriz específica de criterios de evaluación-estándares que permite reconocer y valorar los aprendizajes asociados a la realización de una determinada tarea o unidad didáctica. La **elaboración de una rúbrica**, culmina el proceso de elaboración de la UDI, de esta forma se establece una valoración final de los aprendizajes adquiridos por cada alumno-a en relación con los previstos en el diseño inicial. En ambos casos los objetivos didácticos o criterios de evaluación-estándares son el referente obligado. Junto a la rúbrica, que identifica y valora los aprendizajes, será necesario disponer de una **amplia variedad de instrumentos** para la obtención de datos que permita reconocer los aprendizajes allí donde aparezcan. Entre ellos podemos destacar:

1. Cuestionario **de evaluación inicial** que se utilizará al iniciar el curso académico.
2. **Dos pruebas objetivas de evaluación** por trimestre, que contendrán una parte práctica (resolución de problemas) y otra teórico-conceptual basada en cuestiones de desarrollo y preguntas de contestación rápida (tipo test).

Las pruebas objetivas de evaluación podrán contener una parte práctica (resolución de problemas) y otra teórico-conceptual basada en cuestiones de desarrollo y preguntas de contestación rápida (tipo test).

7. EVALUACIÓN

Para las cuestiones teóricas. En la calificación de estas cuestiones se tendrá en cuenta que el contenido de la respuesta sea correcto y completo, la claridad de la exposición y la coherencia en la identificación y/o explicación de la cuestión planteada.

Para los problemas. Se valorará la identificación correcta del problema, su ejecución técnica, desarrollo y la interpretación de los resultados. También se tendrá en cuenta la presentación clara y ordenada del ejercicio y la concreción.

Se realizarán mínimo dos pruebas objetivas en cada trimestre. Cada prueba tendrá una puntuación máxima de 10 puntos.

La última prueba englobará los contenidos de las anteriores pruebas independientemente de que el alumnado haya obtenido una nota superior a 5 en las pruebas anteriores.

Las faltas de ortografía serán penalizadas con 0.25 puntos en la nota final de la prueba escrita.

Cada una de las dos pruebas que se realicen en el trimestre tendrá una puntuación máxima de 10 puntos.

La segunda prueba trimestral incluirá la materia evaluada en la primera prueba.

Cuando el alumno no realice una prueba objetiva por causa justificada, dicha prueba tendrá lugar el primer día que el alumno se incorpore a clase, siempre y cuando entregue el justificante de la no asistencia al profesor y éste justifica la falta de asistencia.

Si la prueba objetiva no realizada de forma justificada es la primera prueba del trimestre, los contenidos de esta prueba serán evaluados al realizar la segunda prueba.

En el caso de que el alumno copie durante la realización de las pruebas objetivas, o intente copiar, o utilice o intente utilizar algún dispositivo prohibido durante la realización de estas pruebas, la prueba será calificada automáticamente con un cero.

3. **Tareas:** la nota de este apartado dependerá de los trabajos y tareas realizadas por el alumnado como muestra o evidencia, física y/o digital, de las habilidades, destrezas, y actitudes desarrolladas o adquiridas por el alumnado:

- Ejercicios y actividades propuestos en clase para desarrollar y resolver en el aula y, en ocasiones, en casa, calificándose de la siguiente forma:
 - Para las cuestiones teóricas. En la calificación de estas cuestiones se tendrá en cuenta que el contenido de la respuesta sea correcto y completo, la claridad de la exposición y la coherencia en la identificación y/o explicación de la cuestión planteada.
 - Para los problemas. Se valorará la identificación correcta del problema, su ejecución técnica, desarrollo y la interpretación de los resultados. También se tendrá en cuenta la presentación clara y ordenada del ejercicio y la concreción.
- Pruebas orales.
- Solución de problemas. El propio producto final, como respuesta al problema o situación planteada.
- Informes.
- Monografías
- Exposición oral (Emaze, PPT, Prezzi, de la presentación)
- Mapa conceptual

7. EVALUACIÓN

➤ Debate

En el caso de que, durante la realización de las tareas, tanto en clase como en casa, el alumno haya copiado, la tarea será calificada con un cero

ASISTENCIA

La asistencia del alumnado a clase es obligatoria, por tanto, las faltas de asistencia deben ser justificadas en el plazo máximo de 3 días desde el día de no asistencia.

No se podrá tener más de un 20% de faltas sin justificar.

El alumno-a que presente un porcentaje de faltas superior al 20% perderá el derecho a la evaluación continua. Para su ejecución se activará el proceso establecido por PEC.

CALIFICACIONES FINALES

NOTA FINAL DE CADA EVALUACIÓN:

La nota final de cada evaluación se obtendrá tomando en consideración los criterios de calificación anteriores. Se considera que el alumnado tiene aprobada la evaluación si la nota final de las unidades trabajadas es igual o superior a 5.

7.4. PROGRAMAS DE RECUPERACIÓN DE CONTENIDOS

7.1 PROGRAMAS DE RECUPERACIÓN DE APRENDIZAJES NO ADQUIRIDOS.

En caso de que un alumno no supere los contenidos correspondientes las unidades didácticas, la profesora indicará al alumnado, de forma individualizada, las actividades de recuperación a desarrollar. Estas serán diversas pudiendo encontrarse actividades de resolución de problemas, actividades de razonamiento y actividades de cuestiones breves y tipo test.

En caso de que un alumno no supere los contenidos correspondientes al primer y/o segundo trimestre, el sistema de recuperación consistirá en la realización de una nueva prueba objetiva de conocimientos, a realizar a lo largo del trimestre siguiente.

7.2 RECUPERACIÓN EXTRAORDINARIA. INFORMES INDIVIDUALIZADOS.

Los/as alumnos/as que al final del curso mantengan pendiente la materia de algún trimestre deberán efectuar una prueba final sobre los contenidos del mismo.

En caso de no obtenerse una calificación positiva, el/la alumno/a podrá optar a la recuperación de la materia en la convocatoria extraordinaria de septiembre.

7.3 PROGRAMA DE REFUERZO PARA LA RECUPERACIÓN DE APRENDIZAJES NO ADQUIRIDOS DE LA ASIGNATURA DE ECONOMÍA DE 1º DE BACHILLERATO.

- 1º de Bachillerato, materia Economía: hay seis alumnos que deben recuperar estos aprendizajes, para ello realizarán las tareas de un cuadernillo elaborado por el departamento y realizarán una prueba objetiva por trimestre.
- 1 Bachillerato "Cultura emprendedora y empresarial": hay un alumno pendiente de recuperar estos aprendizajes, para ello se utilizará el trabajo por tareas.

7.4 Programa de refuerzo para el alumnado repetidor.

- No hay alumnos repetidores.

7.4. PROGRAMAS DE RECUPERACIÓN DE CONTENIDOS

7.5- EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN PARA ENSEÑANZA TELEMÁTICA

En caso de enseñanza telemática sólo variaría la ponderación de los instrumentos de calificación, pasando las pruebas objetivas a un 40% y las tareas a un 60%.

8. TEMAS TRANSVERSALES

En la programación de contenidos se han tenido en cuenta los temas transversales que propone el Decreto del currículo, y que son perceptibles sobre todo a través de los contenidos actitudinales. Fundamentalmente:

- Respeto a la interculturalidad (estudio de las ventajas y desventajas de la globalización y de las empresas multinacionales.)
- Respeto a la diversidad (respeto hacia las distintas teorías de los economistas acerca de la figura del empresario, respeto hacia las distintas teorías de organización del trabajo).
- Salud laboral (seguridad e higiene en el trabajo, teorías de la organización del trabajo.)
- Educación ambiental (Toma de conciencia de los problemas medioambientales y el consumo masivo, y de las estrategias publicitarias de las empresas para incitar al consumo.)
- Educación para la salud (Actitud crítica ante la información y los mensajes procedentes de los medios de comunicación, así como de las estrategias agresivas de publicistas por conseguir aumentar las ventas del producto,)
- Educación para el consumo (rechazo del consumo innecesario, valoración crítica de los atributos añadidos a un producto con el fin de inducir su compra,)
- Utilización del tiempo libre y de ocio (la lectura como uno de los empleos de nuestro tiempo libre y de ocio...).
- Educación en la cultura andaluza (conocimiento de la realidad empresarial de Andalucía...)

9. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

9.1 ADAPTACIONES GENERALES (DE GRUPO):

Atendiendo al análisis inicial del grupo, la atención a la diversidad viene expresamente contemplada en los diversos tipos de actividades que se propondrán en cada unidad didáctica, que concretan las siguientes medidas:

- Planificar actividades educativas, de tal forma que ni sean demasiado fáciles y, por consiguiente, poco motivadoras para algunos alumnos, ni que estén tan alejadas de lo que pueden realizar que les resulten igualmente desmotivadoras, además de contribuir a crear una sensación de frustración nada favorable para el aprendizaje.
- Desarrollar **medidas de refuerzo**, por medio de actividades de refuerzo, y tutorías individualizadas, para el alumnado con menos capacidad o que se prevé que no van a ser capaces de realizar la actividad de desarrollo.

- Preparar también **actividades de ampliación** con la perspectiva de aquellos alumnos que pueden avanzar más rápidamente o que lo hacen con menos necesidad de ayuda y que, en cualquiera de los casos, pueden profundizar en contenidos a través de un trabajo más autónomo.
- Incluir **actividades para desarrollar el hábito de lectura**. En cada unidad didáctica una de las actividades consistirá en la lectura de un texto, generalmente de carácter periodístico y su posterior análisis.
- Mantener un **clima de respeto y de aceptación** y ambiente de trabajo que favorezca la autonomía y el trabajo en grupo y que permitan al profesor ajustar la ayuda y las actividades a cada caso según se requiera.
- Organización de **grupos de trabajos flexibles**, formados por alumnos con distintas capacidades, cuando la metodología exija la constitución de grupos.
- Asumir, por parte del departamento, las tareas de refuerzo educativo y evaluación de los **alumnos que tengan la asignatura de Economía pendiente** del curso anterior.

10. DESARROLLO DE UNIDADES DIDÁCTICAS.

U.D. 1 EL PAPEL DE LA EMPRESA EN LA ECONOMÍA.	
Objetivos	
1. Analizar las relaciones entre empresa, sociedad y medioambiente, conociendo la relevancia de los procesos de generación de valor y la importancia de las dimensiones de la responsabilidad social empresarial.	
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> • La empresa en el sistema económico. • Elementos de la empresa. • La empresa en la historia. La empresa como sistema. • Objetivos generales de la empresa. Los principios de la responsabilidad social. Las funciones de la empresa. • El empresario y sus funciones. Teorías sobre el empresario. • La planificación y el control. • Fases de la planificación. Instrumentos. Fases. El análisis DAFO. Definición de objetivos específicos. Elección de alternativa. Ejecución. Control. • El entorno. Entorno genérico. Entorno específico. • Comprensión del papel que juega la empresa. • Descripción de los objetivos y funciones de la empresa.
Criterios de evaluación curriculares	Estándares de aprendizaje
Identificar y analizar los rasgos principales del entorno en el que la empresa desarrolla su actividad y explicar, a partir de ellos, las distintas estrategias y decisiones adoptadas y las posibles implicaciones sociales y medioambientales de su actividad.	Analiza la relación empresa, sociedad y medioambiente. Valora los efectos, positivos y negativos, de las actuaciones de las empresas en las esferas social y medioambiental.
	Analiza la actividad de las empresas como elemento dinamizador y de progreso y valora su creación de valor para la sociedad y para sus ciudadanos.

U.D. 2 TIPOS DE EMPRESAS.

Objetivos

1. Distinguir los diferentes tipos y formas jurídicas de empresas relacionándolas con las exigencias de capital y responsabilidades para cada tipo e identificando los rasgos específicos del tejido empresarial andaluz y español.

Contenidos

- Tipos de empresas.
- Clasificación jurídica de las empresas.
- Empresario individual.
- Sociedades de responsabilidad ilimitada.
- Sociedades de capital.
- Sociedades cooperativas.
- Elección de la forma jurídica.
- El emprendedor de responsabilidad limitada (ERL).
- Sociedades especiales.
- Análisis de las características y diferencias entre las sociedades anónimas, limitadas, colectivas, comanditarias, empresario autónomo, sociedades laborales y cooperativas.
- Clasificación de las empresas según la propiedad del capital, el sector de actividad y el tamaño.
- Motivación para apostar por formar una sociedad ilimitada o ser empresario individual

Criterios de evaluación curriculares

Describir e interpretar los diferentes elementos de la empresa, las clases de empresas y sus funciones en la Economía, así como las distintas formas jurídicas que adoptan relacionando con cada una de ellas las responsabilidades legales de sus propietarios y gestores y las exigencias de capital.

Estándares de aprendizaje

Distingue las diferentes formas jurídicas de las empresas y las relaciona con las exigencias de capital y responsabilidades para cada tipo.

Valora las formas jurídicas de empresas más apropiadas en cada caso en función de las características concretas aplicando el razonamiento sobre clasificación de las empresas.

Analiza, para un determinado caso práctico, los distintos criterios de clasificación de empresas: según la naturaleza de la actividad que desarrollan, su dimensión, el nivel tecnológico que alcanzan, el tipo de mercado en el que operan, la fórmula jurídica que adoptan, su carácter público o privado.

U.D. 3 LA INVERSIÓN DE LA EMPRESA	
Objetivos	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar la función del área de actividad de la empresa: inversión y financiación. 2. Diferenciar las modalidades de inversión empresarial, aplicando métodos estáticos y dinámicos para seleccionar y valorar proyectos alternativos. 	
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> • Concepto y tipos de inversión. • Elementos del proyecto de inversión. • Criterios estáticos de valoración de inversiones. • Criterios dinámicos de valoración de inversiones
Criterios de evaluación curriculares	Estándares de aprendizaje
Valorar distintos proyectos de inversión, justificando razonadamente la selección de la alternativa más ventajosa.	Conoce y enumera los métodos estáticos (plazo de recuperación) y dinámicos (criterio del valor actual neto) para seleccionar y valorar inversiones.

U.D. 4 LA FINANCIACIÓN DE LA EMPRESA.	
Objetivos	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar la función del área de actividad de la empresa: inversión y financiación. 2. Diferenciar las modalidades de financiación interna y externa y sus costes. 	
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> • Los recursos financieros. • La financiación con recursos propios: el patrimonio neto. • La financiación con recursos ajenos. • -Diferenciar los distintos tipos de financiación a los que puede recurrir la empresa. • Financiación ajena a corto plazo: crédito comercial, crédito bancario, operaciones de factoring y pagarés de empresa. • Financiación ajena a largo plazo: préstamos bancarios, empréstitos de obligaciones y operaciones de arrendamiento financiero. • Entendimiento de la importancia de contar con una estructura financiera acorde con las necesidades económicas de la empresa. • Explicación de las diferentes decisiones que se deben adoptar en el ámbito de la financiación. • Análisis de los costes financieros de cada una de las fuentes de financiación.
Criterios de evaluación curriculares	Estándares de aprendizaje
Diferenciar las posibles fuentes de financiación en un determinado supuesto, razonando la elección más adecuada.	Explica las posibilidades de financiación de las empresas diferenciando la financiación externa e interna, a corto y a largo plazo, así como el coste de cada una y las implicaciones en la marcha de la empresa.
	Analiza en un supuesto concreto de financiación externa las distintas opciones posibles, sus costes y variantes de amortización.

U.D. 5 LA INFORMACIÓN DE LA EMPRESA.	
Objetivos	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Reconocer los diferentes elementos patrimoniales y la función que tienen asignada, clasificándolos según criterios contables, analizando la situación de la empresa y proponiendo medidas para su mejora. 2. Describir los principales impuestos que afectan a la empresa y valorar el cumplimiento de las obligaciones fiscales empresariales. 	
Conceptos	<ul style="list-style-type: none"> • La contabilidad de la empresa. • El sistema de información contable. • El Plan General de Contabilidad. • El balance. • Las masas patrimoniales. Activo. El patrimonio neto. El pasivo. Los elementos de los activos. Las cuentas del patrimonio neto y los pasivos. El balance social. • La cuenta de pérdidas y ganancias. • Las obligaciones fiscales de la empresa. • Definición de la contabilidad, sus fases y usuarios. • Análisis del patrimonio de la empresa. • Identificación de los componentes de las distintas masas patrimoniales. • Entendimiento de los requisitos de la información, los principios contables y las implicaciones de su observación. • Elaboración de un balance de situación a partir de la información patrimonial de una empresa. • Cálculo del resultado de una empresa a partir de la elaboración de la cuenta de pérdidas y ganancias
Criterios de evaluación curriculares	Estándares de aprendizaje
Identificar los datos más relevantes del balance y de la cuenta de pérdidas y ganancias, explicando su significado, diagnosticando la situación a partir de la información obtenida y proponiendo medidas para su mejora.	Reconoce los diferentes elementos patrimoniales y la función que tienen asignada.
	Identifica y maneja correctamente los bienes, derechos y obligaciones de la empresa en masas patrimoniales.
	Interpreta la correspondencia entre inversiones y su financiación.
	Detecta, mediante la utilización de ratios, posibles desajustes en el equilibrio patrimonial y solvencia de la empresa.

U.D. 6 EL ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO	
Objetivos	
1. Analizar la situación de la empresa, mediante el análisis económico y financiero, y proponer medidas para su mejora.	
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> • El análisis de la información contable. • El análisis financiero. • La estructura del patrimonio. El fondo de maniobra. Las situaciones patrimoniales. Ratios financieras. • El análisis económico. • Análisis económico y PMM económico. Período medio de maduración financiero. • Explicación y clasificación de los tipos de análisis contables. • Identificación de las técnicas y métodos del análisis contable. • Análisis y cálculo del fondo de maniobra. • Representación gráfica de las distintas situaciones patrimoniales. • Cálculo de las ratios de tesorería, liquidez, solvencia a corto plazo, autonomía financiera, endeudamiento y garantía. • Diagnóstico de la posición financiera a corto y a largo plazo. • Cálculo de las rentabilidades económica y financiera.
Criterios de evaluación curriculares	Estándares de aprendizaje
Diagnosticar la situación económica y financiera de la empresa y proponer medidas para su mejora.	Detecta, mediante la utilización de ratios, posibles desajustes en el equilibrio patrimonial y solvencia de la empresa.

U.D. 7 LA PRODUCCIÓN EN LA EMPRESA(I)	
Objetivos	
1. Identificar la función del área de actividad de aprovisionamiento y producción de la empresa.	
2. Calcular y representar gráficamente problemas referidos a productividad, interpretando los resultados obtenidos y realizando propuestas de mejora.	
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> • La producción. • Tipos de sistemas productivos. • La función de producción: eficiencia en la producción. • Las estrategias para incrementar la eficiencia. • La inversión en I+D+i. • La calidad en la producción.
Criterios de evaluación curriculares	Estándares de aprendizaje
Analizar diferentes procesos productivos desde la perspectiva de la eficiencia y la productividad, reconociendo la importancia de la I+D+i.	Realiza cálculos de la productividad de distintos factores, interpretando los resultados obtenidos y conoce medios y alternativas de mejora de la productividad en una empresa.

U.D. 8 LA PRODUCCIÓN EN LA EMPRESA (II).	
Objetivos	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar la función del área de actividad de aprovisionamiento y producción de la empresa. 2. Calcular y representar gráficamente problemas referidos a costes, beneficios y gestión de stocks, interpretando los resultados obtenidos y realizando propuestas de mejora. 	
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> • El coste de la producción. • La estructura del coste de la empresa. • El punto muerto. • La decisión de producir o comprar la producción. • La estructura de costes y el punto muerto. • Las externalidades de la producción. • Beneficio social y coste social. • La dirección de la producción en la empresa. • Decisiones estratégicas y objetivos estratégicos de la producción. Análisis DAFO. • El director de producción. • Clasificación de los distintos costes de producción de las empresas. • Representación gráfica del punto muerto.
Criterios de evaluación curriculares	Estándares de aprendizaje
<p>Determinar la estructura de ingresos y costes de una empresa, calculando su beneficio y su umbral de rentabilidad, a partir de un supuesto planteado.</p>	Diferencia los ingresos y costes generales de una empresa e identifica su beneficio o pérdida generado a lo largo del ejercicio económico, aplicando razonamientos matemáticos para la interpretación de resultados.
	Maneja y calcula los distintos tipos de costes, ingresos y beneficios de una empresa y los representa gráficamente.
	Reconoce el umbral de ventas necesario para la supervivencia de la empresa.
	Analiza los métodos de análisis coste beneficio y análisis coste eficacia como medios de medición y evaluación, de ayuda para la toma de decisiones.

U.D. 9 LA COMERCIALIZACIÓN. LA POLÍTICA DE MARKETING.

Objetivos

1. Identificar la función de cada una del área de comercialización de la empresa.
2. Caracterizar los rasgos de los mercados, los rasgos de su segmentación e investigación, así como los de las variables de las políticas de marketing empresarial, valorando el papel de la innovación tecnológica y ética empresarial en su aplicación.

Contenidos

- La función comercial.
- Tipos de mercado.
- Nivel de competencia de las empresas oferentes. Mercado de competencia perfecta. Mercado de competencia imperfecta.
- Naturaleza de producto. Mercado de bienes de consumo. Mercado de servicios. Mercado de bienes industriales. Mercado de materias primas o productos semielaborados.
- Tipo de demandante. Mercado de consumidores finales. Mercado institucional.
- Área geográfica. Mercado local. Mercado regional. Mercado nacional o doméstico. Mercado internacional.
- Desarrollo temporal. Mercado actual. Mercado objetivo o potencial. Mercado tendencial.
- La investigación de mercado.
- Funciones de la investigación de mercado. Fases de investigación del mercado. Técnicas de investigación.
- La información en la investigación comercial.
- La segmentación del mercado.
- La política comercial.
- La política de producto. Tipo de producto. La diferenciación del producto.
- La política de precios. La política de promoción. Publicidad. Promoción de ventas. Equipo. Relaciones públicas. Marketing directo. *Merchandising*.
- La política de distribución.
- El impacto de las tecnologías de la información.
- La dirección comercial.
- El plan de marketing.

Criterios de evaluación curriculares

Estándares de aprendizaje

Analizar las características del mercado y explicar, de acuerdo con ellas, las políticas de marketing aplicadas por una empresa ante diferentes situaciones y objetivos.

Caracteriza un mercado en función de diferentes variables, como, por ejemplo, el número de competidores y el producto vendido.

Identifica, y adapta a cada caso concreto, las diferentes estrategias y enfoques de marketing.

Interpreta y valora estrategias de marketing, incorporando en esa valoración consideraciones de carácter ético, social y ambiental.

	Comprende y explica las diferentes fases y etapas de la investigación de mercados.
	Aplica criterios y estrategias de segmentación de mercados en distintos casos prácticos.
	Analiza y valora las oportunidades de innovación y transformación con el desarrollo de la tecnología más actual aplicada al marketing.

U.D. 10 LOS RECURSOS HUMANOS.	
Objetivos	
1. Identificar la función del área de recursos humanos de la empresa.	
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> • Los recursos humanos. • Planificación de las plantillas. • Selección de personal. • El reclutamiento de personal. (fuentes internas y externas). La selección de personal (test psicotécnicos y de conocimientos; entrevistas). • El contrato de trabajo. Obligaciones y derechos del trabajo. Obligaciones y derechos del empresario. Características de contrato de trabajo. • Tipos de contrato. Indefinido. Temporal. Para la formación y el aprendizaje. En prácticas. • La remuneración del trabajo. El salario. Componentes salariales. Política salarial de la empresa. La estructura de la nómina. • Orientación y formación. • Las teorías de la motivación. Escala de necesidades de Maslow. Los dos factores de Herzberg. Teoría X y teoría Y de McGregor. Otras teorías sobre la motivación. • Las relaciones laborales. Funcionales y disfuncionales. Conflicto colectivo. Los derechos laborales en la Constitución española de 1978. La extinción de los contratos laborales. Suspensión, modificación o extinción. El despido: colectivo, procedente o disciplinario.
Criterios de evaluación curriculares	Estándares de aprendizaje
Explicar la planificación, organización y gestión de los recursos de una empresa, valorando las posibles modificaciones a realizar en función del entorno en el que desarrolla su actividad y de los objetivos planteados.	Valora la importancia de los recursos humanos en una empresa y analiza diferentes maneras de abordar su gestión y su relación con la motivación y la productividad.
Analizar diferentes procesos productivos desde la perspectiva de la eficiencia y la productividad, reconociendo la importancia de la I+D+i.	Analiza y valora la relación existente entre la productividad y los salarios de los trabajadores.

U.D. 11 LA ORGANIZACIÓN, LA GESTIÓN Y EL CONTROL.	
Objetivos	
1. Identificar la función del área administrativa de la empresa.	
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> • La organización de la empresa. • Principios organizativos. • Teorías clásicas de la organización (Organización científica del trabajo. Teoría de la administración). • La empresa como escuela de relaciones públicas. • Otras escuelas de organización industrial. • La organización formal (alta dirección; dirección intermedia; y dirección operativa). • Organigramas (vertical; horizontal; y concéntrico). • Otros tipos de organigramas. • La estructura de la organización (en línea; en <i>staff</i>). • Los departamentos en la empresa (por funciones; por clientes; por áreas geográficas; por productos). • Las estructuras organizativas (estructura lineal simple; estructura lineal jerárquica; estructura funcional; estructura divisional; estructura matricial). • Nuevas formas organizativas (estructura en trébol; estructura en red). • La organización informal. • El liderazgo. Funciones: fijación de metas y medios para conseguirlas. Clasificación: formal, informal, autoritario, consultivo, democrático, anárquico). • La gestión empresarial. • La comunicación (descendente, ascendente, horizontal cruzada). • El control de la empresa.
Criterios de evaluación curriculares	Estándares de aprendizaje
Explicar la planificación, organización y gestión de los recursos de una empresa, valorando las posibles modificaciones a realizar en función del entorno en el que desarrolla su actividad y de los objetivos planteados.	Reflexiona y valora sobre la división técnica del trabajo en un contexto global de interdependencia económica.
	Describe la estructura organizativa, estilo de dirección, canales de información y comunicación, grado de participación en la toma de decisiones y organización informal de la empresa.
	Identifica la función de cada una de las áreas de actividad de la empresa: aprovisionamiento, producción y comercialización, inversión y financiación y recursos humanos, y administrativa, así como sus interrelaciones.
	Aplica sus conocimientos a una organización concreta, detectando problemas y proponiendo mejoras.

U.D. 12 LAS DECISIONES ESTRATÉGICAS.	
Objetivos	
1. Describir y analizar los diferentes factores que determinan la localización y las diferentes modalidades de dimensión de una empresa.	
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> • La responsabilidad social de la empresa. • Conocimiento de las implicaciones de la responsabilidad social para una empresa. • Valoración de la responsabilidad social y medioambiental de la empresa. • La estrategia: concepto y tipos. • Estrategias competitivas; de localización y crecimiento; y de responsabilidad social. • El crecimiento empresarial. • El crecimiento interno. Crecimiento externo. Las grandes empresas y las multinacionales. Las pequeñas y medianas empresas (pymes). • La localización. • Conocimiento de las características de las pequeñas y medianas empresas (pymes). • Conocimiento de las características de las grandes empresas y multinacionales. • Comprensión de los factores que influyen en la localización.
Criterios de evaluación curriculares	Estándares de aprendizaje
Identificar y analizar las diferentes estrategias de crecimiento y las y decisiones tomadas por las empresas, tomando en consideración las características del marco global en el que actúan.	Describe y analiza los diferentes factores que determinan la localización y la dimensión de una empresa, así como valora la trascendencia futura para la empresa de dichas decisiones.
	Valora el crecimiento de la empresa como estrategia competitiva y relaciona las economías de escala con la dimensión óptima de la empresa.
	Explica y distingue las estrategias de especialización y diversificación.
	Analiza las estrategias de crecimiento interno y externo a partir de supuestos concretos.
	Examina el papel de las pequeñas y medianas empresas en nuestro país y valora sus estrategias y formas de actuar, así como sus ventajas e inconvenientes.
	Describe las características y las estrategias de desarrollo de la empresa multinacional y valora la importancia de la responsabilidad social y medioambiental.