

ASIGNATURA	CURSO	TIPO	HORAS SEMANALES
Economía de la Empresa	2º de Bachillerato de Ciencias Sociales	Troncal de opción	4
PROFESOR		DIRECCIÓN DE CONTACTO	
D. José Ramón Vílchez Navas		Departamento de Economía	
		PÁGINA WEB	
		http://economia.iespm.es	
OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA			
<p>La enseñanza de la materia Economía de la Empresa en 2º de Bachillerato tendrá como finalidad el desarrollo de las siguientes capacidades:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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: 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. 			
BLOQUES DE CONTENIDOS			
1º trimestre	<p>TEMA 1: EMPRESA Y EMPRESARIO La actividad económica. La empresa. El empresario. Elementos de la empresa. Objetivos empresariales. Funcionamiento de la empresa.</p> <p>TEMA 2: CLASES DE EMPRESAS La legislación mercantil. Clasificación de las empresas. Tipos de empresas según su forma jurídica. Sociedad mercantil. Sociedades mercantiles especiales.</p> <p>TEMA 3: ESTRATEGIA Y DESARROLLO EMPRESARIAL La estrategia empresarial. Las estrategias competitivas: la ventaja competitiva y la creación de valor. El entorno de la empresa. Estrategias de crecimiento. Internacionalización: multinacionales. Las pequeñas y medianas empresas (pymes).</p> <p>TEMA 4: DIRECCIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA Proceso de administración: concepto y fases. Función de planificación. Función de organización. Función de gestión o dirección. Función de control.</p>		
2º trimestre	<p>TEMA 5: GESTIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS La gestión de los recursos humanos. El reclutamiento y la selección de personal. El trabajo y las relaciones laborales. La organización del trabajo. Gestión por competencias e inteligencia emocional. La motivación de los recursos humanos.</p> <p>TEMA 6: ÁREA DE PRODUCCIÓN Producción y proceso productivo. La tecnología y la innovación tecnológica (I + D + i). La función de producción: productividad y eficiencia. El umbral de rentabilidad o punto muerto. La gestión de la producción. La calidad en la empresa. Producción y protección del medio ambiente.</p> <p>TEMA 7: ÁREA DE APROVISIONAMIENTO La función de aprovisionamiento. La gestión de inventarios. Valoración de las existencias.</p> <p>TEMA 8: ÁREA COMERCIAL. EL MARKETING</p>		



	El departamento comercial. El mercado. Estudio de mercado. La segmentación de mercados. Posicionamiento de producto. El <i>marketing</i> y sus elementos. El producto. El precio. La promoción. La distribución. El plan de <i>marketing</i> . Aplicación al <i>marketing</i> de las tecnologías de la información y la comunicación.
3 ^{er} trimestre	<p>TEMA 9: ESTADOS FINANCIEROS DE LA EMPRESA Y LA FISCALIDAD EMPRESARIAL La información en la empresa. El patrimonio de la empresa. Los resultados de la empresa. El Plan General de Contabilidad. La fiscalidad empresarial.</p> <p>TEMA 10: ANÁLISIS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS DE LA EMPRESA Introducción al análisis de estados contables. Análisis patrimonial. Análisis financiero. Análisis económico.</p> <p>TEMA 11: ÁREA DE FINANCIACIÓN E INVERSIÓN Fuentes de financiación de la empresa. Fuentes de financiación según la titularidad. Coste y selección de la fuente de financiación. La inversión: concepto y tipos. Características de una inversión. Métodos de selección y valoración de inversiones. Los ciclos de la empresa. Periodo medio de maduración.</p>

BIBLIOGRAFÍA

Libro de texto: “Economía de la Empresa 2º Bachillerato” (Alfaro Giménez, J., González Fernández, C, y Pina Massachs, M. 2016. Editorial McGraw-Hill).

METODOLOGÍA

La planificación y propuesta de las estrategias metodológicas están determinadas en gran medida por el carácter propedéutico y terminal de la materia Economía de la Empresa. Por ello, en la elección de los métodos didácticos se tendrán presentes las características socioeconómicas y culturales de mayor actualidad en el entorno productivo local, andaluz, español, europeo y global de modo que los procesos de enseñanza-aprendizaje sean motivadores y estén contextualizados en referencias a empresas y situaciones que resulten familiares al alumnado.

Dado que el objetivo fundamental de la materia es abordar el análisis de la empresa, estudiar sus elementos internos y la continua interrelación con el entorno, las tareas basadas en casos reales de empresas conocidas por el alumnado, así como las actividades de indagación e investigación por parte de los y las estudiantes sobre los aspectos más relevantes del tejido empresarial que conforma su entorno más cercano, posibilitarán adoptar metodologías activas que se apoyen en todos estos recursos y se encuentren adecuadamente contextualizadas tanto a la realidad del aula como al entorno del alumnado.

Las visitas a empresas cercanas siempre que esto resulte posible o las charlas de expertos sobre aspectos relacionados con los contenidos de la materia permitirán motivar a los alumnos y alumnas y analizar la situación de las empresas andaluzas y sus vínculos e interrelaciones con el tejido empresarial del resto del país y del mundo. También se considerarán las cualidades personales y cognitivas de los alumnos y alumnas, los distintos estilos de aprendizaje en el grupo-clase, así como su nivel competencial inicial.

La materia Economía de la Empresa aborda el proceso de toma de decisiones tanto desde el punto de vista de la organización general de la empresa, como desde cada una de las áreas funcionales que la componen. Las tareas de tipo cooperativo y grupal permitirán al alumnado reconocer, valorar y defender de forma científicamente fundamentada y racional las distintas posiciones y opciones que se den ante la resolución de situaciones relacionadas con el proceso de toma de decisiones en el mundo de la empresa.

La integración de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el desarrollo de las distintas tareas propuestas permitirá la consecución de conocimientos, habilidades y actitudes relacionadas con el entorno digital a partir de la obtención de datos, su tratamiento, la resolución mediante cálculos matemáticos y representaciones gráficas de problemas o la exposición pública de trabajos de investigación individuales y grupales.

Por último, es relevante señalar que la selección de materiales y recursos resulta fundamental en este tipo de metodología, por lo que su correcta planificación influye decisivamente en los resultados que se esperan obtener. En el aspecto didáctico, se debe combinar explicaciones por parte del profesorado con actividades concretas y contextualizadas que permitan al alumnado un conocimiento del mundo de la empresa, así como la adquisición de una terminología y unos hábitos en la resolución de problemas y casos prácticos que apliquen las enseñanzas científicas específicas propias de este ámbito del saber.

PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y PORCENTAJE SOBRE LA CALIFICACIÓN FINAL

CONVOCATORIA ORDINARIA

Procedimientos

- Observación directa del trabajo diario
- Análisis y valoración de actividades creadas para la evaluación
- Valoración cuantitativa del avance individual

Instrumentos



- Pruebas escritas
- Resolución de actividades escritas de repaso realizadas en clase y en casa
- Participación en clase

Porcentaje sobre la calificación final

- Pruebas escritas: 80%
- Resolución de actividades escritas de repaso realizadas en clase y en casa: 15%
- Participación en clase: 5%

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Instrumento

- Prueba escrita

Porcentaje sobre la calificación final

- Prueba escrita: 100%

ESCENARIO A (ENSEÑANZA-APRENDIZAJE PRESENCIAL Y NO PRESENCIAL)

MEDIDAS DE ADAPTACIÓN DE LA METODOLOGÍA DOCENTE

- La proporción entre clases virtuales y presenciales dependerá de las circunstancias sanitarias. En las clases virtuales se concentraría la enseñanza de índole teórica, mientras que en las presenciales se primaría la resolución de problemas y los razonamientos gráficos.
- Las clases virtuales se impartirán utilizando las plataformas Google Meet y/o Moodle Centros, con el apoyo de la aplicación Séneca (Pasen para las familias) para el control de la asistencia del alumnado.
- Como medida adicional, se prestaría especial atención en facilitar material docente a los estudiantes a través de las plataformas Pasen, Google Classroom y/o Moodle Centros, el correo electrónico corporativo y el blog <http://economyantropologia.blogspot.com>
- Las plataformas descritas serán accesibles a través de la cuenta de correo @iespm.es (salvo Pasen, cuyo acceso para el alumnado es el habitual).

MEDIDAS DE ADAPTACIÓN DE LA EVALUACIÓN

Procedimientos

- Observación directa del trabajo diario
- Análisis y valoración de actividades creadas para la evaluación
- Valoración cuantitativa del avance individual

Instrumentos

- Pruebas escritas
- Resolución de actividades escritas de repaso realizadas en clase y en casa
- Participación en clase, tanto de los alumnos presenciales como de los a distancia desde casa.

Porcentaje sobre la calificación final

- Pruebas escritas: 80%
- Resolución de actividades escritas de repaso realizadas en clase y en casa: 15%
- Participación en clase: 5%

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Instrumento

- Prueba escrita

Porcentaje sobre la calificación final

- Prueba escrita: 100%

Las pruebas y la resolución de actividades tendrán lugar, si la situación lo permite, de forma presencial. Si no fuese posible, se podrían plantear mediante entregas a través de las plataformas Pasen, Google Classroom, Google Meet y/o Moodle Centros y del correo electrónico corporativo, así como mediante un formato oral a través de las plataformas Google Meet y/o Moodle Centros. La participación en clase será sustituida por el grado y frecuencia en la resolución de las actividades.



ESCENARIO B (SUSPENSIÓN DE LA ACTIVIDAD PRESENCIAL)

MEDIDAS DE ADAPTACIÓN DE LA METODOLOGÍA DOCENTE

- Todas las clases serían virtuales. Se impartirán utilizando la plataforma Google Meet y/o Moodle Centros, con el apoyo de la aplicación Séneca (Pasen para las familias) para el control de la asistencia del alumnado.
- Como medida adicional, se prestaría especial atención en facilitar material docente a los estudiantes a través de las plataformas Pasen, Google Classroom y/o Moodle Centros, el correo electrónico corporativo y el blog <http://economiayantropologia.blogspot.com>.
- Las plataformas descritas serán accesibles a través de la cuenta de correo @iespm.es (salvo Pasen, cuyo acceso para el alumnado es el habitual).

MEDIDAS DE ADAPTACIÓN DE LA EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

La distribución de pruebas y actividades evaluables sería la misma que en el escenario A, aunque se podrían plantear mediante entregas a través de las plataformas Pasen, Google Classroom, Google Meet y/o Moodle Centros y del correo electrónico corporativo, así como mediante un formato oral a través de las plataformas Google Meet y/o Moodle Centros. La participación en clase sería sustituida por el grado y frecuencia en la resolución de las actividades.

Porcentaje sobre la calificación final

- Pruebas orales y/o escritas a través de las nuevas tecnologías: 80%
- Actividades orales y/o escritas a través de las nuevas tecnologías: 15%
- Grado y frecuencia en la resolución de las actividades: 5%

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

La prueba se realizará mediante entregas a través de las plataformas Pasen, Google Classroom, Google Meet y/o Moodle Centros, así como del correo electrónico corporativo.

Instrumento

- Prueba escrita

Porcentaje sobre la calificación final

- Prueba escrita: 100%

Las pruebas y la resolución de actividades tendrán lugar, si la situación lo permite, de forma presencial. Si no fuese posible, se podrían plantear mediante entregas a través de las plataformas Pasen, Google Classroom, Google Meet y/o Moodle Centros y del correo electrónico corporativo, así como mediante un formato oral a través de las plataformas Google Meet y/o Moodle Centros. La participación en clase sería sustituida por el grado y frecuencia en la resolución de las actividades.

