

ECONOMÍA DE SEGUNDO DE BACHILLERATO

DEPARTAMENTO ECONOMÍA

Profesor: CARLOS JOSÉ TORRES PEÑA

ÍNDICE

1.- INTRODUCCIÓN

2.- MARCO LEGISLATIVO

3.- JUSTIFICACIÓN DE LA MATERIA:

4.- OBJETIVOS GENERALES DE LA MATERIA

5.- CONTRIBUCIÓN DE LA MATERIA A LA ADQUISICIÓN DE LAS COMPETENCIAS EN EL BACHILLERATO

5.1.- COMPETENCIAS GENERALES DEL BACHILLERATO

5.2.- COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DE LA MATERIA

6.- CONTENIDOS

6.1.- CONTENIDOS

6.2.- CRITERIOS ACORDADOS PARA ELABORAR LA SECUENCIA DE CONTENIDOS

6.3.- SECUENCIACIÓN y TEMPORALIZACIÓN (DISTRIBUCIÓN DE LOS CONTENIDOS POR EVALUACIONES)

6.5.- CONTENIDOS MÍNIMOS DEL ÁREA EN LOS QUE SE BASA LA PRUEBA EXTRAORDINARIA DE SEPTIEMBRE

7.- METODOLOGÍA

7.1.- PRINCIPIOS METODOLÓGICOS

7.2.- AGRUPAMIENTO DEL ALUMNADO

7.3.- USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN

8.- MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

9.- EVALUACIÓN

9.1.- CRITERIOS DE EVALUACIÓN

9.2.- PROCEDIMIENTO E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

9.3.- NÚMERO DE EVALUACIONES

9.4.- CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

9.5.- PROCEDIMIENTO DE RECUPERACIÓN

10.- ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

1. INTRODUCCIÓN

El currículo de la materia Economía de la Empresa en el Bachillerato parte de la concepción de la empresa como un sistema integrado por una serie de elementos interrelacionados, capaces de impulsar el crecimiento económico, generar empleo y contribuir abiertamente al progreso y la transformación social. Además, ofrece al alumnado la oportunidad de acercarse a la realidad empresarial en Canarias, valorando el papel que desempeña el tejido empresarial como motor de la economía insular, conociendo los rasgos que lo definen, y reflexionando sobre cómo distintos factores coyunturales y estructurales condicionan la dinámica empresarial de las Islas.

Se trata de una materia concebida como una introducción al estudio económico de la empresa y su gestión, con la que el alumnado puede adquirir una formación empresarial inicial, básica, y determinadas capacidades para el análisis y evaluación del entorno inmediato y futuro que le concierne. Sus contenidos guardan relación con los de diversas materias de la Educación Secundaria Obligatoria (Ciencias Sociales, Geografía e Historia, Educación para la Ciudadanía y los Derechos Humanos, Matemáticas, Tecnología) y con la realidad diaria del alumnado como consumidor o como futuro contribuyente, trabajador o emprendedor. En otro orden, el enfoque multidisciplinar que requiere su estudio precisa de nociones procedentes de diversas áreas del conocimiento como derecho, matemáticas, sociología, psicología, tecnología y teoría de la información y la comunicación, entre otras. Al mismo tiempo, como ciencia social pretende contribuir a la formación de la madurez personal y social del alumnado, a la ponderación ética en la toma de decisiones y al fomento de actuaciones autónomas y responsables.

El carácter orientador del Bachillerato exige conciliar las materias que se ofrecen en cada modalidad con los intereses formativos y con las expectativas laborales del alumnado. Así, la materia contribuye a la capacitación del alumnado para afrontar con éxito etapas educativas superiores y para tomar decisiones sobre su futuro académico y profesional. La iniciación a la cultura emprendedora favorece el desarrollo de una dimensión creativa al fomentar actitudes que le permitan ser personas capaces de resolver algunas situaciones presentes y futuras inciertas, tanto en lo personal como en lo profesional.

La materia, además, proporciona instrumentos para la evaluación de los hechos que están transformando la realidad empresarial en las sociedades actuales, en las que la confluencia de múltiples factores como los cambios socioeconómicos, la revolución tecnológica, la creación de nuevos yacimientos de empleo y perfiles profesionales, el reconocimiento social de la figura del empresario y la promoción de la iniciativa empresarial, convertirían a la cultura emprendedora en un valor imprescindible. En este proceso de cambio, la pequeña y mediana empresa será el agente principal de los nuevos sistemas de la producción, convirtiéndose en motor del crecimiento económico. Por esta razón, este currículo pretende poner de relieve el emprendedurismo como un procedimiento para desarrollar capacidades y actitudes con el fin de formar a los alumnos y alumnas como personas con iniciativa, con suficiente grado de realización personal, capaces de reconocer y asumir riesgos y de preparar estrategias con las que impulsar un proyecto empresarial.

2. MARCO LEGISLATIVO:

Esta Programación está basada en la normativa vigente para el curso 2011-2010 para el Bachillerato en Canaria que se relaciona a continuación:

- ✍ LOE - La Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de educación.
- ✍ Real Decreto 1476/2007, de 2 de noviembre, por el que establece la estructura del bachillerato y se fijan sus enseñanzas mínimas.
- ✍ El Decreto 187/2008, de 2 de septiembre, por el que se establece la ordenación del Bachillerato en la Comunidad Autónoma de Canarias.
- ✍ ORDEN de 14 de noviembre de 2008, (B.O.C. 25-11-08) por la que se regula la evaluación y promoción del alumnado que cursa Bachillerato y se establecen los requisitos para la obtención del Título de Bachiller.
- ✍ Decreto 202/2008, de 30 de septiembre, (B.O.C. 10-10-08) por el que se establece el currículo del Bachillerato en la Comunidad Autónoma de Canarias.

3. JUSTIFICACIÓN DE LA MATERIA:

La presencia de esta materia en el segundo curso del Bachillerato de la modalidad de Humanidades y Ciencias Sociales obedece a diversas razones:

En primer lugar proporciona una formación empresarial básica, acorde con el carácter terminal del Bachillerato.

- Se caracteriza por ser continuación y especialización de los contenidos de la materia Economía.
- La profundización en el conocimiento de la realidad empresarial permite al alumnado desarrollar capacidades de análisis del entorno productivo, de evaluación de las variables que lo influyen.
- Contribuye activamente a la formación de la madurez personal y social y al fomento de la actuación autónoma y responsable.

En segundo término, la materia proporciona la necesaria formación para abordar futuros retos en etapas educativas superiores. Acercarse al conocimiento de la empresa y su gestión capacita para tomar decisiones sobre el futuro académico y profesional

En tercer lugar, contribuye a definir un itinerario formativo de carácter económico-empresarial, identificable, singular y coherente para el alumnado que elija esta opción.

4. OBJETIVOS GENERALES DE LA MATERIA

La enseñanza de la Economía de la Empresa en esta etapa tendrá como finalidad el desarrollo de las siguientes capacidades:

1. Identificar la naturaleza, funciones y principales características de los tipos de empresas más representativos.
2. Apreciar el papel de las empresas en la satisfacción de las necesidades de los consumidores, en el aumento de la calidad de vida y en el bienestar de la sociedad, así como elaborar juicios o criterios personales sobre sus disfunciones.

3. Analizar la actividad económica de las empresas, en especial las del entorno inmediato, a partir de la función específica de cada una de sus áreas organizativas, sus relaciones internas y su dependencia externa. Identificar los rasgos diferenciadores de la empresa canaria y evaluar las posibilidades y perspectivas que se le presentan.
4. Reconocer la importancia que para las empresas y la sociedad tienen la investigación, las innovaciones tecnológicas y la globalización económica en relación con la competitividad, el crecimiento y la localización empresarial. Analizar estas variables en el contexto de la empresa y sociedad canaria.
5. Evaluar las posibles consecuencias sociales y medioambientales de la actividad empresarial, así como su implicación en el agotamiento de los recursos naturales, señalando su repercusión en la calidad de vida de las personas, y reconocer las estrategias y sistemas de gestión empresariales que persiguen nuevos equilibrios entre las dimensiones económica, social y ambiental.
6. Analizar el funcionamiento de las organizaciones y los grupos en relación con la aparición y resolución de conflictos. Reconocer los sistemas de gestión del conocimiento como generadores de valor para la empresa y como fuente de ventajas competitivas.
7. Identificar las políticas de *marketing* de diferentes empresas en función de los mercados a los que dirigen sus productos.
8. Conocer e interpretar, de modo general, estados de cuentas anuales de empresas. Identificar sus posibles desequilibrios económicos y financieros, y proponer y evaluar medidas correctoras.
9. Obtener, seleccionar e interpretar información, tratarla de forma autónoma, utilizando, en su caso, de las múltiples posibilidades que las tecnologías de la información y la comunicación permiten, y aplicarla a la toma de decisiones empresariales, analizando de forma crítica informaciones de actualidad sobre hechos relevantes del ámbito empresarial internacional, nacional y regional.
10. Diseñar y elaborar proyectos sencillos de empresa, con creatividad e iniciativa, proponiendo los diversos recursos y elementos necesarios para organizar y gestionar su desarrollo, e incorporando las tecnologías de la información y la comunicación como espacio interactivo, colaborativo y de presentación de resultados. Identificar instrumentos y medidas de apoyo al emprendedurismo en Canarias.
11. Desarrollar cualidades personales como la iniciativa, la creatividad, el dinamismo, el sentido crítico, la cooperación y el trabajo en equipo, el sentido de la responsabilidad; manifestar capacidad de relación y de respuesta ante los cambios del entorno, sensibilidad ante las necesidades de los otros y flexibilidad en los planteamientos propios y ajenos; y reaccionar con intuición ante la innovación y la resolución de problemas.

5.- CONTRIBUCIÓN DE LA MATERIA A LA ADQUISICIÓN DE LAS COMPETENCIAS EN EL BACHILLERATO

5.1.- COMPETENCIAS GENERALES DEL BACHILLERATO

Competencia comunicativa

Esta competencia profundiza en las destrezas de escucha, comprensión y exposición de mensajes orales y escritos, utilizando el lenguaje específico de la materia.

Competencia en el tratamiento de la información y competencia digital

Esta competencia implica el uso apropiado de las tecnologías de la información y la comunicación

Competencia social y ciudadana

Esta competencia implica el respeto a las normas de convivencia del centro; es decir respeta a los demás y su entorno.

Competencia en autonomía e iniciativa personal

Esta competencia persigue avanzar en el trabajo cooperativo del alumnado, habituándose a desenvolverse en entornos cambiantes: si realiza las tareas, actividades y trabajos con corrección, limpieza y en el plazo establecido, así como su participación en clase.

Competencia en investigación y ciencia

Esta competencia desarrolla habilidades para trabajar el pensamiento lógico y los diferentes pasos de la investigación científica, planteando hipótesis y siguiendo las pautas adecuadas para buscar información, resolver cuestiones, verificar... Incluye asimismo, en relación con la competencia comunicativa, la exposición y la argumentación de conclusiones. También supone el compromiso con la sostenibilidad del medioambiente y la adquisición de hábitos de consumo racionales.

5.2.- COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DE LA MATERIA

Como materia de modalidad del Bachillerato de Humanidades y Ciencias Sociales, la Economía de la Empresa contribuirá a desarrollar en el alumnado unas competencias específicas propias de este ámbito de conocimiento, que a grandes rasgos son: competencia en gestión y organización, competencia en estrategia y competencia en emprendeduría.

La **competencia en gestión y organización** implica la capacidad de planificar de forma adecuada la actividad empresarial y los recursos humanos y materiales que requiere a partir de recursos financieros, tecnológicos, de espacio y tiempo de cada unidad empresarial; al mismo tiempo, supone la capacidad de tomar las decisiones oportunas para alcanzar los objetivos propuestos, evaluando el coste de la elección realizada. La construcción de este razonamiento permite que el alumnado lo aplique a múltiples situaciones y actividades de su vida diaria.

La **competencia en estrategia** entraña desarrollar unas actividades y procesos secuenciados y relacionados entre sí para conseguir de forma eficiente objetivos y fines empresariales. Definir una estrategia significa comprender los elementos que la componen: la definición del campo de actividad de la empresa, la manera de competir en los distintos mercados y el desarrollo de los recursos y capacidades para la organización. La tarea de la estrategia consiste tanto en determinar la forma de asignación de los recursos de la empresa, dentro de su entorno, para alcanzar sus objetivos a largo plazo, como en el diseño de su estructura para conseguir implantar dicha estrategia. El análisis

estratégico permite que el alumnado comprenda situaciones en las que los sujetos participantes se enfrentan a una serie de factores que originan que la consecución de sus objetivos fundamentales no depende sólo de sí mismos, sino también de los valores que adopten dichos factores, entre los que se encuentran las decisiones que tomen otros sujetos.

La **competencia en emprendeduría** implica desarrollar capacidades para identificar oportunidades de negocio y acceder a recursos suficientes y variados que permitan llevar a cabo un proyecto empresarial propio, o de otras personas, gestionarlo con autonomía, con capacidad para asumir riesgo, con responsabilidad, con creatividad, con capacidad de proyección al exterior y de reacción ante los problemas que surjan, y en el que se fomenta la capacidad de implicar a las demás personas mediante acciones de liderazgo, así como la capacidad para trabajar en equipo, compartiendo objetivos y métodos de trabajo y aceptando las decisiones adoptadas por el grupo.

6. CONTENIDOS

6.1.- CONTENIDOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1: EL PAPEL DE LA EMPRESA EN LA ECONOMÍA

- La actividad económica: preguntas básicas.
- Las relaciones entre los agentes económicos y la coordinación entre ellos.
- Las funciones de la empresa en la economía de mercado.
- Teorías y evolución del concepto de empresario y la visión actual.
- Concepto de beneficio y de rentabilidad.
- El ciclo de producción.
- Componentes de la empresa.
- Los grupos sociales de la empresa.
- Áreas funcionales de la empresa.
- Los diferentes objetivos de la empresa.
- Teorías sobre la empresa.
- El mercado y clasificación según el grado de competencia que se da en él.
- Cultura empresarial Canaria.
- 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.

- 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 DIDÁCTICA 2: CLASES Y FORMAS DE EMPRESA

- Principales criterios de clasificación de empresas: según sector de actividad, ámbito de actuación, tamaño o dimensión y titularidad del capital.
- Las empresas según su forma jurídica: rasgos principales de diferenciación.
- El empresario individual: concepto, características y ventajas e inconvenientes de esta forma jurídica.
- Las sociedades personalistas, sus tipos.
- Las sociedades de responsabilidad limitada: concepto, características y ventajas e inconvenientes.
- La sociedad anónima: concepto, características y ventajas e inconvenientes.
- Las acciones en las sociedades anónimas.
- Las empresas de economía social o de interés social: tipos, características y ventajas e inconvenientes.
- 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.
- 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 DIDÁCTICA 3: ENTORNO DE LA EMPRESA Y ESTRATEGIA EMPRESARIAL

- Factores del entorno general.
- Factores del entorno específico.
- Sector de actividad, liderazgo, cuota de mercado y poder de mercado.
- Las fuerzas competitivas dentro de un sector.
- Análisis del entorno: el método DAFO.
- La estrategia competitiva: principales estrategias competitivas de la empresa.
- La responsabilidad social y medioambiental.
- La responsabilidad social de la empresa y sus ámbitos.
- El marco jurídico de la actividad empresarial.
- 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.
- 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 DIDÁCTICA 4: EL DESARROLLO DE LAS EMPRESAS

- Localización y dimensión empresarial.
- La localización industrial y la localización comercial y de servicios.
- Criterios empleados para medir la dimensión de las empresas.
- Dimensión, capacidad productiva y ocupación.
- Las economías de escala. La dimensión óptima de la empresa.
- El proceso de desarrollo de las empresas.
- Las estrategias de especialización y de diversificación de actividades.
- La concentración y la cooperación entre empresas.
- La gran empresa y las pymes, ventajas e inconvenientes.

- La empresa multinacional, características, estrategias de desarrollo y responsabilidad social.
- Localización empresarial en Canarias.
- 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.
- 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 DIDÁCTICA 5: LA FUNCIÓN PRODUCTIVA DE LA EMPRESA

- Área de producción de la empresa.
- Utilidad de lugar, forma, tiempo y propiedad.
- Tipología de sistemas productivos.
- Eficiencia técnica y económica.
- La productividad de un factor y la productividad global de la empresa.
- Los costes fijos, variables, totales y medios.
- Ingresos.
- Beneficios.
- Costes directos e indirectos.
- Proceso de formación del coste empresarial.
- Umbral de rentabilidad o punto muerto.
- El equilibrio de la empresa en competencia perfecta.
- 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.
- 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 DIDÁCTICA 6: PRODUCTIVIDAD, EFICIENCIA E INNOVACIÓN

- La productividad como indicador de la eficiencia.
- Causas del crecimiento de la productividad: capital humano, cambio tecnológico, inversión y gestión de recursos.
- Conocimiento tecnológico e I+D+i.
- I+D+i y su evaluación en Canarias.
- Calidad en la producción y competitividad.
- Las externalidades de la producción Ecoeficiencia.
- 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.
- 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.
- 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.

- 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 DIDÁCTICA 7: LA FUNCIÓN COMERCIAL DE LA EMPRESA. EL MARKETING MIX

- La actividad comercial y su evolución.
- El proceso de planificación del *marketing*.
- *Marketing* estratégico y *marketing* operativo.
- El mercado y la demanda.
- La investigación de mercados.
- Análisis del consumidor.
- Segmentación del mercado y criterios para llevarla a cabo.
- El mercado objetivo, el posicionamiento de la empresa y el producto y las distintas estrategias de *marketing*.
- El *marketing mix*.
- La política de producto.
- La identificación del producto.
- La introducción, el crecimiento, la madurez y el declive en el ciclo de vida de un producto.
- Las políticas de precios.
- La comunicación o promoción de un producto.
- Publicidad desleal y otras prácticas inadecuadas.
- Los canales de distribución de un producto.
- Nuevas tecnologías y *marketing*.
- 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.
- 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.
- 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 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 DIDÁCTICA 8: EL PATRIMONIO Y LAS CUENTAS DE LA EMPRESA

- El patrimonio, sus componentes y el balance. Los bienes, derechos, obligaciones y el neto patrimonial. La identidad básica del patrimonio.
- Los elementos del patrimonio y las masas patrimoniales. Clasificación, plazo y estructura.
- 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.
- El balance de situación: contenido y forma.
- La cuenta de resultados: contenido y forma.
- El PGC: elementos y función.
- Principales criterios de valoración del patrimonio.

- 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.
- 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.

UNIDAD DIDÁCTICA 9: ÁREA DE FINANCIACIÓN E INVERSIÓN EN LA EMPRESA

- Función financiera de la empresa: la toma de decisiones y su importancia. Evaluación en Canarias.
- Las fuentes de financiación: concepto, tipos (atendiendo a los criterios de plazo, propiedad y origen) y equilibrio financiero.
- 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).
- La autofinanciación. Concepto, tipos, ventajas y desventajas.
- La financiación externa: concepto y tipos más importantes.
- El mercado financiero, funcionamiento, agentes, activos e intermediarios.
- Las decisiones de inversión.
- Las inversiones económicas y las inversiones financieras.
- La equivalencia de capitales en el tiempo.
- El criterio del valor actual neto (VAN).
- 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.
- 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.
- 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.
- 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 DIDÁCTICA 10: ANÁLISIS SOCIAL, ECONÓMICO Y FINANCIERO DE LA EMPRESA

- Análisis económico de la empresa.
- Análisis de la rentabilidad económica y financiera.
- La rentabilidad económica a través del margen comercial y la rotación de ventas.
- Rentabilidad y estructura financiera de la empresa.
- La fiscalidad que afecta a las empresas: IRPF, IS, IVA, IGIC e IAE.
- Fiscalidad de la empresa en Canarias.
- Del balance social al balance ético de las empresas.
- La estructura económica y financiera de la empresa y su análisis en el balance.
- La relación entre los aspectos económicos y financieros.
- El fondo de maniobra. Concepto, significado e importancia para las empresas.
- Instrumentos gráficos, matemáticos y porcentuales para el análisis financiero de las empresas.
- Los porcentajes y su representación gráfica. Las ratios de liquidez tesorería, disponibilidad, garantía, endeudamiento, calidad de la deuda y autonomía financiera. Concepto e interpretación.
- 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.
- El PMM económico y financiero. Concepto, importancia y subperíodos.
- 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.
- 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 períodos medios de maduración.
- Recogida e interpretación de información de medios de comunicación, que se refiera a la situación financiera de instituciones o empresas.
- 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.
- 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 DIDÁCTICA 11: DIRECCIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

- El área de dirección de la empresa. Niveles de dirección.
- Funciones de la dirección: planificación, control y organización.
- La importancia de la planificación. Fases y niveles de planificación.
- El control. Fases del proceso de control e importancia de esta función.
- La organización formal: principios, escuelas e historia criterios de departamentalización, estructuras organizativas y organigramas.
- La organización informal: fundamentos, características e importancia.
- 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 de departamentalización y de las estructuras organizativas.
- 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 DIDÁCTICA 12: LA DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS

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

6.2.- CRITERIOS ACORDADOS PARA ELABORAR LA SECUENCIA DE CONTENIDOS:

El criterio tenido en cuenta para la organización de los contenidos es el de la agrupación de éstos en siete bloques: La empresa, Desarrollo de la empresa, Organización y Dirección de la empresa, La función productiva, La función comercial de la empresa, La información en la empresa y La función financiera

6.3.- SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN DE CONTENIDOS.

BLOQUE TEMÁTICO I: LA EMPRESA

- Unidad Didáctica 1: El papel de la empresa en la economía
- Unidad Didáctica 2: Clases y formas de empresas
- Unidad Didáctica 3: Entorno de la empresa y estrategia empresarial

BLOQUE TEMÁTICO II. DESARROLLO DE LA EMPRESA

- Unidad Didáctica 4: El desarrollo de las empresas

BLOQUE TEMÁTICO III. ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE LA EMPRESA

- Unidad Didáctica 11: Dirección y organización de la empresa
- Unidad Didáctica 12: La Dirección de Recursos Humanos

BLOQUE TEMÁTICO IV. LA FUNCIÓN PRODUCTIVA

- Unidad Didáctica 5: La función productiva de la empresa
- Unidad Didáctica 6: Productividad, eficiencia e innovación

BLOQUE TEMÁTICO V. LA FUNCIÓN COMERCIAL DE LA EMPRESA

- Unidad Didáctica 7: La función comercial de la empresa y el Marketing Mix

BLOQUE TEMÁTICO VI. LA INFORMACIÓN EN LA EMPRESA

- Unidad Didáctica 8: El patrimonio y las cuentas de la empresa

BLOQUE TEMÁTICO VII. LA FUNCIÓN FINANCIERA

- Unidad Didáctica 9: Área de financiación e inversión en la empresa
- Unidad Didáctica 10: El análisis social, económico y financiero de la empresa

La distribución temporal de los contenidos será la siguiente:

TRIMESTRE	BLOQUE TEMÁTICO	UNIDADES DIDÁCTICAS	HORAS
PRIMERO	1	1	4
	1	2	7
	1	3	7
	2	4	7
	4	5	8
	4	6	6
	5	7	6
SEGUNDO	6	8	14
	7	9	14
	7	10	6
TERCERO	3	11	9
	3	12	8
TOTAL HORAS			96

Se prevé que la programación está sujeta a posibles modificaciones derivadas de retrasos o dilataciones en la impartición de los temas o de la incorporación de contenidos, establecidos por la Comisión de Coordinación de PAU.

6.5.- CONTENIDOS MÍNIMOS DE LA MATERIA EN LOS QUE SE BASA LAS PRUEBAS EXTRAORDINARIAS

- Concepto de empresa, sus funciones y objetivos.
- Criterios de clasificación de las empresas.
- Formulaciones teóricas sobre la empresa.
- El proceso de creación de valor en la empresa.
- Externalidades y costes sociales que la empresa genera. Estrategias empresariales basadas en el comportamiento ético y la responsabilidad social.
- Valoración del papel social que desempeña la figura del empresario y la empresaria. La adaptación de la empresa al cambio social: separación entre propiedad y control. Cualidades y exigencias que se demandan al empresario y la empresaria en la economía global.
- El entorno general de la empresa: concepto y factores que interactúan.
- El entorno específico de la empresa: concepto, fuerzas relevantes que lo definen. Concepto de sector. El sector como marco para el desarrollo competitivo: cálculo de la cuota de mercado, las fuerzas competitivas y las estrategias competitivas.
- La localización de la empresa: factores condicionantes de la localización industrial, comercial y de servicios. Las decisiones de localización en la empresa canaria. La Zona Especial Canaria.
- Valoración del papel de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en las decisiones de localización.
- Las decisiones sobre dimensión empresarial.
- Criterios delimitadores del tamaño de las empresas. Referencia al tamaño de las empresas que conforman la estructura productiva canaria.

- Concepto y medida del crecimiento en la empresa. Modalidades de crecimiento de la empresa: interno y externo. Análisis de las estrategias de crecimiento.
- La competencia global y la internacionalización de la empresa. La empresa multinacional: concepto, evolución y características.
- La empresa canaria en los nuevos escenarios competitivos.
- Fundamentos de la función directiva.
- Características de la organización formal y la organización informal.
- Los conceptos de organización y jerarquía.
- Los procesos de comunicación en la empresa.
- El diseño de la estructura de la organización: procesos de agrupación de unidades. Nuevos modelos de organización del trabajo: los modelos cooperativos, la organización horizontal, la corresponsabilidad en la toma de decisiones. Tradición e innovación.
- La gestión de recursos humanos.
- La gestión del conocimiento: estructura organizativa requerida, proceso de la gestión del conocimiento, políticas empresariales de formación.
- Características del factor humano y organizativo en la empresa canaria y los nuevos modelos.
- Concepto y horizonte temporal de la planificación.
- Definición de la estrategia empresarial.
- Sistemas de dirección basados en enfoques estratégicos: la planificación estratégica y la dirección estratégica.
- Estrategias aplicadas a las áreas de la cadena del valor de la empresa: procesos de producción, compras y proveedores, distribución, marketing, venta y servicios, innovación, financiera, recursos humanos, tecnologías de la información.
- Elementos diferenciadores de la cadena de valor en la empresa canaria.
- Producción y asignación de recursos productivos. Clasificación de los procesos de producción.
- Concepto, clasificación y cálculo de costes en la empresa.
- Productividad de los factores y eficiencia. Cálculo y análisis de la productividad.
- El control de calidad en la producción.
- Análisis y cálculo del punto de equilibrio volumen de producción-costes-ventas: umbral de rentabilidad.
- Programación, evaluación y control de proyectos.
- Concepto y clases de inventarios, su coste y evolución temporal.
- Tipología de la producción y costes en la empresa canaria.
- Elementos que integran la matriz tecnológica. Formas de adquisición de tecnología.
- La variable tecnológica en la empresa canaria. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, presente y retos.
- La inversión en I+D y la innovación como fuentes de competencia empresarial.
- Concepto y clases de mercados: de consumo, industriales, actuales, potenciales y tendenciales.
- Las decisiones comerciales sobre la segmentación de mercados y el posicionamiento de la empresa en el mercado.
- Las variables comerciales estratégicas y operativas: el marketing estratégico y el marketing mix.
- El marketing de la tecnología en la era de la globalización digital.

- El proceso de comercialización y marketing de la producción canaria.
- Las decisiones financieras de la empresa.
- Las fuentes de financiación empresarial: criterios para su clasificación.
- La estructura económica y financiera de la empresa. Los equilibrios y desequilibrios financieros: consecuencias para la gestión empresarial.
- El ciclo de explotación y su financiación: cálculo e interpretación económica y financiera del período medio de maduración.
- Los recursos y costes financieros de las empresas canarias.
- Criterios para la selección de proyectos de inversión y su valoración financiera.
- Obligaciones contables de la empresa: normalización contable, principios de valoración y obligaciones formales: los libros de contabilidad.
- Concepto de patrimonio y composición del patrimonio: elementos y agrupación de elementos en masas patrimoniales.
- Las cuentas anuales: el balance, la cuenta de pérdidas y ganancias y la memoria.
- Análisis económico y financiero de la información contable mediante ratios básicas.
- El balance social y sus indicadores. El balance social y ético como instrumento para el control de la gestión social de la empresa y como herramienta para la competitividad y la innovación.
- Elementos integradores de la Economía de la Información.
- Los nuevos modelos de negocios desarrollados al amparo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.
- Valoración de los retos y oportunidades que la empresa canaria afronta con el desarrollo de la Nueva Economía.
- Un sector en expansión: los servicios personales y sociales.

7.- METODOLOGÍA

7.1.- PRINCIPIOS METODOLÓGICOS

- **Enfoque interdisciplinario:** En el enfoque interdisciplinario se presentan los contenidos objeto de estudio en áreas de aprendizaje, de acuerdo con los vínculos e interconexiones que puedan darse entre ellos.

- **Aplicabilidad y funcionalidad de los aprendizajes:** Todo aprendizaje tiene sentido en la medida en que lo que aprendemos nos sirve para resolver los problemas que se nos plantean en la vida diaria (en el estudio, en el trabajo, etc.) o lo usamos para ser transferido a otras situaciones de aprendizaje.

- **Motivación:** Aprendizaje y motivación son fenómenos hasta tal punto compenetrados —los motivos generan motivos— que los resultados académicos son fruto, en gran medida, del interés que en el alumno despierten los contenidos que tiene que aprender. Elementos básicos de la motivación en el aula son las actitudes del profesor: el entusiasmo y convicción que transmite cuando enseña, la confianza en que todos los alumnos pueden aprender, etc.

- **La autoeducación o lo que es lo mismo “promover la construcción de estrategias de aprendizaje autónomo”:** El alumno consigue su autonomía intelectual cuando es capaz de aprender por sí mismo. Por ello, hay que poner en práctica estrategias metodológicas encaminadas a potenciar la autoactividad del alumno; es decir, el estudio individual, la búsqueda autónoma de documentación, la organización independiente de su trabajo, la utilización de las estrategias de aprendizaje que ha conocido, etc.

- **Conseguir aprendizajes significativos:** Damos prioridad a los aprendizajes que se realizan a través de la experiencia, a la comprensión razonada de lo que se hace y a los procedimientos que se utilizan para resolver las actividades, sin restar importancia al refuerzo memorístico necesario para ayudar a fijarlos. Acostumbrar a los alumnos a que formulen preguntas e hipótesis sobre la tarea que van a realizar, que observen, obtengan datos, los ordenen, operen con ellos, los contrasten y saquen conclusiones... es un buen sistema de trabajo, ya que exige del alumno una intensa actividad reflexiva y comunicativa que afecta a todas sus capacidades mentales. Se argumenta que los aprendizajes conseguidos por este método son más significativos, más consistentes, más duraderos y ayudan mejor a construir y desarrollar los procesos de pensamiento.

7.2.- AGRUPAMIENTOS Y TÉCNICAS DE TRABAJO EN GRUPOS

Las técnicas de trabajo individual o en grupos.

Si se pretende integrar la diversidad es preciso flexibilizar la metodología, alternar el trabajo individual con el grupal y dar entrada a elementos (como los *mass media*) pertenecientes al ámbito de interés y al mundo en que habitualmente se mueve con confianza el alumnado. Dicho de otra manera: ante alumnos/as diversos los procedimientos deben ser diferentes. En las unidades didácticas aparecerán más detallados los agrupamientos que se van a realizar dependiendo de las actividades.

La educación, además de conceptos, transmite valores. O lo que es lo mismo: la educación tiene una dimensión ética.

Por eso no se ha querido acabar esta exposición de criterios sin hacer mención al hecho de que es objetivo prioritario que la educación no sólo transmita contenidos, sino también valores que contribuyan a formar personas conscientes, solidarias y libres; ciudadanos que desarrollen sus actividades guiados por un comportamiento ético.

7.3.- USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN

- **Microsoft PowerPoint.** La utilización de presentaciones en PowerPoint, tanto por el profesorado como por el alumnado, permite integrar información de diferentes tipos enriqueciendo así el discurso oral y se justifica por la propia naturaleza del proceso de enseñanza-aprendizaje. Es un modelo didáctico-pedagógico capaz de integrar las potencialidades tecnológicas de las herramientas con la importancia de un proceso de enseñanza-aprendizaje lógico y equilibrado.

- **CD Y DVD.** Igual que cualquier otro tipo de material puede potenciar diferencias entre el alumnado. Para ello, es necesario detectar de antemano las que ya vienen marcadas en algunos programas. Por eso, pretendemos hacer un análisis desde el punto de vista de la diversidad con el fin de saber qué programas son los que mejor se adaptan a nuestra dinámica de aula y que lógicamente no potencien dichas diferencias.

- **Internet.** Considerando la disponibilidad de conexión accesible a profesores y alumnos, por ejemplo en la biblioteca del centro, el aula de Informática del Departamento o en Aula Medusa, y que algunos profesores y alumnos tienen también posibilidad de comunicarse con Internet desde su casa, se esbozan a continuación algunos de los usos posibles.

Para ampliar información. Se propondrá páginas WEB determinadas para consulta de información actualizada sobre los temas que se han tratado.

Para documentar trabajos. Los alumnos, a partir de las indicaciones del profesorado, buscan información en las páginas WEB para realizar determinados trabajos y estudios. Esta información se complementará con datos de otras fuentes: bibliotecas, revistas, prensa...

8. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

Se recomienda como libro de texto, **ECONOMÍA DE SEGUNDO DE BACHILLERATO, ED. SM.**

Como recursos a utilizar en el aula: pizarra, retroproyector de transparencias, reproductor de CE y DVD, televisión, películas, libros de texto Economía de la Empresa 2º Bach. Editoriales SM, SANTILLANA, MCGRAW HILL, diccionarios, artículos de prensa de información general, revista especializadas, anuarios económicos e información estadística. Se incluirá el uso de nuevas tecnologías, además de Internet, la información que se puede encontrar y obtener en la Red, revista especializada en el mundo de la empresa: www.emprendedores.es, Web sobre el mundo de las pymes: www.pymesonline.com y otras páginas web de determinados organismos públicos, instituciones y empresas proporciona información estadística y de otro tipo sobre aspectos concretos de la economía tales como indicadores macroeconómicos de la economía Canaria y Nacional (PIB, inflación, balanza comercial, etc.). Sobre el mercado de trabajo (tasa de paro, tasa de actividad, indicadores demográficos y otros) o información sobre creación de empresas, por citar algunos ejemplos. De esta forma la presentación de los contenidos puede resultar más amena para el alumnado permitiendo ampliar el horizonte meramente conceptual hacia procedimientos de búsqueda de información veraz y actualizada.

9. EVALUACIÓN

El proceso de evaluación será **continuo**, tal y como establece la Orden de 14 de noviembre de 2008, por la que se regula la evaluación y promoción del alumnado que cursa el bachillerato y se establecen los requisitos para la obtención del Título de Bachiller, y por tanto se hace necesaria la **asistencia** del alumnado a todas las actividades programadas.

La evaluación continua permitirá contar, en cada momento, con una información general del aprendizaje del alumnado para facilitar la detección de dificultades y así poder adecuar el proceso de enseñanza a sus necesidades e introducir las mejoras necesarias en el proceso de enseñanza y de aprendizaje. Esto implica que se ha de evaluar en todo momento el proceso de aprendizaje de los conocimientos, y por ello se tendrá en cuenta tres momentos:

- Al principio (*diagnóstico* previo). Se centrará en detectar los conocimientos previos del alumnado y dónde se encuentra su zona de desarrollo próxima.
- Durante el desarrollo (evaluación *formativa*). Durante todo el proceso de enseñanza-aprendizaje.
- Al final del proceso (evaluación final o *sumativa*), permitiendo detectar el grado de consecución de los objetivos propuestos.

9.1 CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. **Conocer e interpretar los diversos elementos de la empresa, sus tipos, funciones e interrelaciones, valorando la aportación de cada uno de ellos según el tipo de empresa.**

Con este criterio se pretende evaluar la capacidad del alumnado para diferenciar los diferentes elementos que componen una empresa (grupo humano, patrimonio, entorno y organización), identificar la existencia de elementos diferentes en función de qué empresa se trate y de comprender la interrelación entre empresa y su entorno general y específico.

También se propone comprobar si el alumnado es capaz de reconocer la empresa como un sistema integrado por una serie de elementos interrelacionados, de identificar sus áreas funcionales y comprender su contribución al crecimiento económico, al empleo, al progreso y a la transformación social.

2. Identificar los rasgos principales del sector en el que la empresa desarrolla su actividad y explicar, a partir de ellos, las distintas estrategias, decisiones adoptadas y las posibles implicaciones sociales y medioambientales.

Este criterio persigue constatar si los alumnos y alumnas son capaces de identificar a qué sector pertenece una empresa, de descubrir las claves de funcionamiento del sector mediante el análisis de las fuerzas competitivas que en él operan, y de señalar las diferentes estrategias competitivas que puede desarrollar para la consecución de sus objetivos empresariales.

Igualmente, se trata de verificar la capacidad del alumnado para diferenciar las implicaciones, tanto positivas como negativas, que suponen las decisiones empresariales en los ámbitos social y medioambiental, de identificar aquellas estrategias que son capaces de integrar aspectos económicos, sociales y medioambientales, y de valorar los sistemas de gestión empresarial que, como cultura de empresa, buscan equilibrar los objetivos de rentabilidad a corto plazo con la satisfacción de los deseos de los consumidores y la consideración del interés público de la sociedad.

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

Con este criterio se pretende evaluar la capacidad del alumnado para entender la importancia de la actividad comercial de las empresas, así como para caracterizar un mercado en función de variables diversas como el número de competidores, las posibilidades de expansión de la empresa, los motivos de compra y el comportamiento de los consumidores y consumidoras.

Igualmente, es propósito del criterio comprobar si el alumnado identifica distintas políticas de *marketing*, las adapta a cada caso concreto e interpreta y sopesa diferentes estrategias de *marketing*, incorporando a este análisis consideraciones de carácter ético y ambiental, entre otras.

4. Describir la organización de una empresa y sus posibles modificaciones en función del entorno en el que desarrolla su actividad, identificando las técnicas básicas para la gestión de recursos humanos y analizando los cambios que están influyendo en su estructura y organización.

Este criterio propone verificar la capacidad del alumnado para reconocer la estructura organizativa de la empresa como marco de coordinación e interacción del grupo humano que la integra. También se trata de evaluar si el alumnado conoce las técnicas básicas para la gestión de recursos humanos, identifica y diferencia las características de la organización formal e informal, detectando y proponiendo soluciones a las disfunciones o problemas que impidan un funcionamiento eficiente en la organización empresarial.

Por último, se persigue constatar si los alumnos y alumnas son capaces de identificar los diseños organizativos surgidos con el desarrollo de las nuevas tecnologías y de

comprender cómo las organizaciones de la sociedad de la información basan su desarrollo en el conocimiento, factor que demanda nuevas técnicas de gestión.

5. Determinar para un caso sencillo la estructura de ingresos y costes de una empresa y calcular su beneficio y su umbral de rentabilidad.

Con la aplicación del criterio se trata de comprobar la capacidad del alumnado para diferenciar, estructurar y formular los ingresos y costes generales de una empresa, para calcular y evaluar el beneficio o pérdida generados en el ejercicio económico y para determinar, calcular e interpretar el umbral de ventas necesario para la supervivencia de la empresa, reconociéndolo como criterio fundamental para la toma de decisiones empresariales.

6. Diferenciar las posibles fuentes de financiación en un supuesto sencillo y razonar la elección más adecuada.

Con el presente criterio se verificará si los alumnos y alumnas son capaces de analizar las necesidades de financiación básica de una empresa, de conocer y clasificar las fuentes financieras mediante criterios diferentes, y de proponer con argumentos y mediante la resolución de problemas financieros aquellas opciones financieras que mejor se adaptan a un caso concreto.

Asimismo se pretende evaluar la capacidad del alumnado para entender como garantía de solvencia financiera la correspondencia entre la naturaleza de los recursos financieros y la de los bienes y derechos en que éstos se materializan, comprendiendo la importancia de la rentabilidad en relación con el beneficio a través del uso de ejemplos y casos.

7. Analizar y evaluar distintos proyectos de inversión sencillos y justificar razonadamente la selección de la alternativa más ventajosa.

Con este criterio se trata de constatar la capacidad del alumnado para comprender la correspondencia entre inversión y financiación, y para identificar y aplicar a casos sencillos criterios formales de selección de inversiones basados en aspectos financieros y estadísticos. También se evaluará si los alumnos y alumnas son capaces de analizar distintos proyectos de inversión en función del flujo de cobros y pagos que generan durante su vida útil y de determinar el valor y la elección de la inversión más adecuada mediante el cálculo directo o el uso de herramientas informáticas como las hojas de cálculo.

8. Identificar los datos más relevantes del balance y de la cuenta de pérdidas y ganancias, explicar su significado, diagnosticar su situación a partir de la información obtenida y proponer medidas para su mejora.

Este criterio propone comprobar si los alumnos y alumnas reconocen los diferentes elementos patrimoniales que componen un balance, identifican la función que tienen asignada y los agrupan correctamente en masas patrimoniales, interpretando la correspondencia entre las inversiones y su financiación.

En segundo lugar, se evaluará la capacidad del alumnado para reconocer la estructura de la cuenta de pérdidas y ganancias, para conocer la naturaleza de los ingresos y gastos más genéricos que se originan en la actividad empresarial y para calcular el resultado del ejercicio económico.

Por último, se pretende verificar si el alumnado, a partir de la información obtenida, es capaz de analizar la situación patrimonial, financiera y económica en un caso sencillo, reconociendo la importancia de un patrimonio equilibrado, detectando desequilibrios y proponiendo medidas correctoras de éstos.

9. Analizar situaciones generales de empresas reales o imaginarias e informaciones del ámbito empresarial internacional, nacional o local, utilizando diversas fuentes y recursos materiales y las tecnologías de la información.

El criterio pretende constatar la capacidad del alumnado para aplicar los conocimientos tecnológicos al análisis de la gestión empresarial de empresas reales o imaginarias, utilizando como herramientas pedagógicas el acceso a contenidos específicos y seleccionados de la Red, la aplicación de *software* simulador de empresas y mercados y la elaboración de hojas de cálculo para la resolución de problemas de gestión, valorando el rigor en el tratamiento, análisis e interpretación de la información obtenida.

Igualmente, se evaluará si los alumnos y alumnas son capaces de observar e identificar empresas relevantes del ámbito económico nacional y canario, de hacer un seguimiento de su actividad mediante la búsqueda, selección y recogida de información procedente de fuentes diversas como informes y revistas especializadas, prensa económica y de información general, anuarios económicos y datos estadísticos..., analizando sus decisiones estratégicas y reconociendo la pluralidad de intereses que confluyen en su gestión.

10. Diseñar y planificar un proyecto empresarial simple, con actitud emprendedora y creatividad, evaluando su viabilidad y haciendo uso en su caso, de las tecnologías de la información y de la comunicación.

Con este criterio se comprobará la capacidad del alumnado para obtener información procedente de distintas fuentes con criterios selectivos, evaluarla y analizarla de forma crítica y objetiva e incorporar con rigor y creatividad, los conocimientos adquiridos y la información obtenida a la realidad de un sencillo plan de empresa, que deberá ir adaptando en función del contexto y de los problemas encontrados, incorporando, en su caso, las tecnologías de la información y la comunicación como espacio de trabajo.

Igualmente, se trata de verificar si los alumnos y alumnas son capaces de desarrollar actitudes acordes con el espíritu emprendedor como la innovación, la creatividad, la planificación y organización del trabajo, el sentido de la responsabilidad, la iniciativa y la capacidad para tomar decisiones y trabajar en equipo.

11. Analizar la realidad actual del tejido empresarial canario, los condicionantes del entorno en el que actúa la empresa insular y los mecanismos de adaptación estratégica que le imponen el desarrollo tecnológico y la competencia.

El presente criterio verificará la capacidad del alumnado para delimitar las características propias de la empresa canaria y de sus áreas funcionales, para conocer su tipología en relación con las formas jurídicas, la especialización productiva y el tamaño y para analizar sus distintos mecanismos de actuación ante los problemas y oportunidades de gestión.

También se persigue constatar si los alumnos y alumnas son capaces de comprender cómo los aspectos institucionales influyen en la localización de los agentes económicos en el Archipiélago, analizando el modo de incidir en la estructura empresarial de la empresa canaria factores como la insularidad, la lejanía y la fragmentación territorial, evaluando su capacidad de adaptación a los cambios y requerimientos de orden interno y externo, originados estos últimos por la mayor competitividad, la globalización económica y financiera y la irrupción de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

9.2.- PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Debemos destacar que se utilizará una variada gama de **instrumentos de evaluación** que exponemos a continuación:

- ✓ **Observación directa:** proporciona información sobre las dificultades que va encontrando el alumnado y también nos sirve para extraer ideas de la evolución de algunos aprendizajes y para evaluar principalmente los contenidos actitudinales. La observación se realizará valorando su comportamiento, participación y actitud en los diferentes trabajos a realizar de forma individual o en grupo, en debates y otras actividades que se realicen. Se registrarán en una ficha o diario de clase.
- ✓ **Interrogación:** utilizando cuestionarios, entrevistas, etc. para conocer su opinión sobre el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje, intereses profesionales, motivación, etc.
- ✓ **Revisión de las actividades:** Nos permite conocer hasta dónde ha sido capaz de llegar el alumnado, dónde ha encontrado mayores dificultades, cuáles son sus métodos y sus hábitos de trabajo, y pueden determinarse ideas y conceptos mal elaborados. Se realizará revisando las diferentes actividades que se realicen tales como: ejercicios, trabajos individuales, trabajos en grupo, actividades de análisis sobre algún artículo relacionados con el tema, realización de mapas conceptuales, trabajos monográficos o de ampliación...
- ✓ **Pruebas específicas:** las actividades y pruebas específicas de evaluación que deben realizarse de forma individual y donde el alumnado podrá demostrar su autonomía, además de sus conocimientos. Principalmente se utilizará la prueba escrita, aunque también se puede utilizar en determinados momentos pruebas orales sobre los contenidos objeto de estudio.

9.3- NÚMERO DE SESIONES DE EVALUACIÓN

A lo largo del curso se realizarán 5 sesiones de evaluación:

- Una evaluación inicial al comienzo del curso al objeto de conocer el nivel del alumnado y sus conocimientos previos sobre diferentes aspectos básicos de la materia para partir de ellos, con el fin de que el aprendizaje sea verdaderamente significativo. Es una evaluación cualitativa y no cuantitativa.
- Tres evaluaciones coincidiendo con cada trimestre.
- Una evaluación global, que se realizará antes de que acabe el tercer trimestre, de recuperación de los contenidos no superados.

Se realizarán controles aproximadamente quincenales para evaluar los contenidos aprendidos.

9.4.- CRITERIOS DE CALIFICACIÓN:

Se tendrá en cuenta tanto las diferentes pruebas que se realicen en cada evaluación, como la adquisición de competencias establecidas en esta programación, y que se resumen de la siguiente forma:

1. **Resolución de pruebas orales o escritas.** 80 %
2. **Adquisición de competencias** 20 %
 - Competencia comunicativa.
 - Competencia en el tratamiento de la información y competencia digital.
 - Competencia social y ciudadana.
 - Competencia en autonomía e iniciativa personal.
 - Competencia en investigación y ciencia.

Calificación:

De acuerdo con la normativa vigente, la calificación se realizará de forma numérica de cero a diez sin decimales, considerándose positivas las iguales o superiores a cinco.

La calificación de **cada evaluación** se realizará valorando el conjunto de actividades propuestas como evaluación de todo el proceso de aprendizaje (diferentes pruebas escritas, trabajos, participación en las actividades, etc.) por tanto será necesario que el alumno o alumna **asista** con regularidad a clase, participe en las actividades y entregue todos los trabajos en los plazos que se establezcan.

Calificación de las pruebas orales o escritas: Cada una de las pruebas o ejercicios realizados se valorarán con una puntuación de cero a diez. Y la calificación de cada evaluación vendrá determinada por la media de las diferentes pruebas realizadas (trabajos, exámenes, ejercicios...).

Calificación de adquisición de competencias: Se calificarán partiendo de la observación en la realización de cada prueba o actividad que se realice en el aula, para la que el profesor o profesora asignará una puntuación de cero a diez. En cada evaluación la calificación de este apartado vendrá determinada por la media de las diferentes pruebas realizadas.

Ponderación y cálculo de la nota final de cada evaluación:

La **calificación final de cada evaluación** vendrá determinada por la **media ponderada** de las calificaciones obtenidas (de las pruebas y la adquisición de competencias), y cuya ponderación será de la siguiente forma:

<u>Resolución de pruebas orales o escritas,teórica-ejercicios</u>	80 %
<u>Adquisición de competencias</u>	20 %

Cálculo de la nota final de la materia:

La nota final de la materia se calculará con la media aritmética de las calificaciones positivas obtenidas en las diferentes evaluaciones. Si no se ha aprobado alguna de las

evaluaciones tendrá que realizar las recuperaciones pertinentes que se recogen en el siguiente apartado de esta programación.

Esquema de los CRITERIOS DE CALIFICACIÓN, instrumentos de evaluación y PONDERACIÓN:

	Realización de PRUEBAS: 80%	Adquisición de COMPETENCIAS: 20 %
VALORACIÓN DE CONTENIDOS	<ul style="list-style-type: none"> • Adquisición de contenidos y conceptos • Conocimiento de datos y principios • Teorías propios de la materia • Capacidad de razonamiento en la solución de los casos prácticos 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia comunicativa. Demuestra destreza de escucha, comprensión y exposición de mensajes orales y escritos: fluidez, <u>vocabulario</u> adecuado, escucha y respeta el turno de palabra sin interrumpir, en los trabajos escritos mantiene el <u>orden</u> y la <u>limpieza</u>, tiene buena caligrafía y correcta <u>ortografía</u>, capacidad de <u>síntesis</u>... 0,4 puntos. • Competencia en el tratamiento de la información y competencia digital. Apropiado empleo de las tecnologías de la información y la comunicación: destreza, 0,4 puntos. • Competencia social y ciudadana. Participación responsable y democrática, actitud <u>solidaria</u>, <u>respeto</u> a las normas y a las opiniones de otros, se <u>integra</u> en los equipos de trabajo, ... 0,4 puntos. • Competencia en autonomía e iniciativa personal. <u>Asiste</u> con regularidad . Realiza las <u>tareas</u> propuestas en <u>forma y plazo</u> señalados, es <u>constante</u> realizando sus tareas y las finaliza, <u>participa</u> en clase de forma activa, aporta <u>reflexiones y opiniones</u>, mantiene una postura <u>crítica</u> ante la información que recibe, se autoevalúa, muestra <u>iniciativa</u> ante los problemas que se plantean. 0,4 puntos. • Competencia en investigación y ciencia. Plantea hipótesis y sigue las pautas adecuadas para buscar información, resolver cuestiones, verificar, muestra interés por ampliar conocimientos, es creativo. 0,4 puntos

INSTRUMENTOS DE	<p>Pruebas escritas / orales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Individualizadas - objetivas - de razonamiento - trabajos individuales - ejercicios - actividades 	<p>Observación directa en:</p> <ul style="list-style-type: none"> - debates y trabajos en grupo. - trabajos individuales - participación en clase y en las diferentes actividades propuestas - cuestionarios - lecturas comprensivas - resolución de actividades de enseñanza-aprendizaje y de evaluación.
------------------------	---	---

9.5.- PROCEDIMIENTOS DE RECUPERACIÓN

*ALUMNOS QUE ASISTEN A CLASE Y SUSPENDEN

Se incidirá, a lo largo del proceso, en la recuperación de las capacidades no superadas en alguna de las evaluaciones anteriores. Para ello se llevará a cabo una recuperación por evaluación para aquellos alumnos y alumnas que, tras realizar actividades de refuerzo, no hayan alcanzado todos o algunos de los elementos de capacidad evaluados, obteniendo una calificación suspensa. No se tratará necesariamente de una única prueba o examen, sino que el profesor o profesora puede marcar un conjunto de actividades que permitan evaluar el nivel de adquisición de las capacidades: trabajo individual, exposición, resumen, prueba oral-escrita...

Para superar las pruebas de recuperación el alumno deberá obtener una *puntuación* mínima de *5 puntos*. Si no superan dichas pruebas de recuperación, le quedará dicha parte de la materia para la prueba final ordinaria en junio.

*ALUMNOS QUE FALTAN A CLASE DURANTE PERÍODOS LARGOS DE TIEMPO DE FORMA JUSTIFICADA

Cuando la inasistencia reiterada de un alumno o una alumna, por razones justificadas, impida la aplicación de la evaluación continua, se empleará un sistema de evaluación alternativo, aprobado por la Comisión de Coordinación Pedagógica, que prestará especial atención a las características del alumnado y a las causas de la citada inasistencia. De forma general se aplicará el siguiente:

Se les exigirá la entrega de una selección de las actividades realizadas en clase y se les realizará una prueba escrita de la materia no presentada. Para superar dicha prueba el alumno debe obtener una puntuación mínima de 5 puntos. Si no consiguiese aprobar, el procedimiento de recuperación será el mismo que en el apartado siguiente.

*ALUMNOS QUE PIERDEN EL DERECHO A LA EVALUACIÓN CONTINUA

En el caso de que la inasistencia reiterada no sea debidamente justificada y el número de faltas de asistencia a esta materia implique la imposibilidad de aplicar la evaluación

continua, el alumno o alumna será evaluado mediante una prueba final que constará en la entrega de una selección de las actividades realizadas en clase que el profesor considere y una prueba escrita, cuyo contenido se basará en los criterios de evaluación de esta materia, expuestos en esta programación, y será calificada en la evaluación final ordinaria. Para superar el examen el/la alumno/a deberá obtener una puntuación mínima de 5 puntos.

*ALUMNOS QUE REPITEN CURSO

Deberán someterse a los criterios de calificación, instrumentos de evaluación y procedimientos de recuperación establecidos en la programación.

*ALUMNOS QUE TIENEN PENDIENTE LA MATERIA

Para aquellos alumnos o alumnas que tengan la materia de economía de 1º de bachillerato pendiente, se garantiza la posibilidad de realizar una prueba general y objetiva en el tercer trimestre, según se establece en la normativa, debiendo alcanzar una puntuación mínima de 5 para poder superar dicha prueba.

No obstante podrán ser evaluados, si les es posible y así lo desean, a lo largo del curso. Para ello deben trabajar las actividades que el/la profesor/a le proponga junto al resto de alumnado de primer curso de bachillerato. En todo caso estarán informados de las actividades programadas por el/la profesor/a (realización de trabajos, resúmenes, diferentes pruebas escritas, ejercicios, ...) para la recuperación de la materia.

*PRUEBAS EXTRAORDINARIAS

Los alumnos o alumnas que no superen la materia en la prueba final ordinaria en junio tendrán la posibilidad de una prueba extraordinaria en Septiembre. Para ello deberán seguir las orientaciones dictadas por este departamento encaminadas a facilitar la superación de las pruebas extraordinarias. En dicha prueba es necesario alcanzar una nota de 5 puntos como mínimo para que sea superada positivamente.

10.-MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Nuestras medidas tiene como objetivo dar respuesta a la diversidad a través de la programación de un proceso de enseñanza-aprendizaje que permita ser lo más individualizado posible. La programación está planteada para dar respuesta a las necesidades educativas de todos los alumnos, manifestadas en los siguientes ámbitos:

Capacidad para aprender: Los contenidos están planteados para que, con la intervención del profesor, se pueda graduar la dificultad y se ajuste progresivamente a la capacidad para aprender que diferencia a cada alumno.

Motivación por aprender: Está íntimamente ligada al futuro académico y profesional de los alumnos.

Estilo de aprendizaje: El contenido está planteado para poder abordar su estudio desde los diferentes estilos de aprendizaje de los alumnos; un estilo que va desde una perspectiva global para posteriormente tener en cuenta lo particular, pero también está pensado para enseñar paso a paso desde lo particular a lo general.

Interés de los alumnos: Para despertar el interés de los alumnos las actividades se contextualizan en el ámbito familiar, educativo (Instituto), empresarial, geográfico (Comunidad Autónoma), institucional (Instituciones locales y Autonómicas) y medioambiental.

Propuestas de actividades diferenciadas: Se proponen actividades de aprendizaje diferenciadas para prever adaptaciones que aceleren o desaceleren el ritmo de introducción de nuevos contenidos, secuenciándolos de forma distinta, o dando prioridad a uno contenidos sobre otros. De esta forma las adaptaciones que se puedan hacer permiten que los alumnos cumplan los objetivos de forma diferente trabajando los mismos contenidos.

Existen actividades para los contenidos considerados fundamentales, con distintos niveles de complejidad (están graduadas en función de su dificultad y permiten utilizar metodologías diversas, dependiendo de los contenidos que se desarrollen) y actividades referidas a los contenidos de ampliación, para los alumnos que avanzan más rápidamente y pueden profundizar en los contenidos mediante un trabajo más autónomo.