

les además permitirá entrar en más detalle en las características de los flujos comerciales internacionales y en las consecuencias sobre las economías de una variación en el tipo de cambio (objetivo 4).

8. Identificar las características principales de la estructura productiva del país. Analizar las causas de una deslocalización empresarial a partir de datos sobre la productividad, los costes y beneficios, así como valorar sus efectos sobre la economía y el mercado de trabajo.

Este criterio valora si se identifican las razones del proceso de división técnica del trabajo y son capaces de relacionar este proceso con la creciente interdependencia económica y con la necesidad de mecanismos de coordinación. También se pretende evaluar si se reconocen las características generales de la estructura productiva de nuestro país y su relación con los países de la Unión Europea y con los cambios en el mercado global (objetivo 5).

9. Valorar el impacto del crecimiento, las crisis económicas, la integración económica y el mercado global en la calidad de vida de las personas, el medio ambiente y la distribución de la riqueza a nivel local y mundial, con especial referencia hacia los problemas de crecimiento económico y pobreza de los países no desarrollados como fruto de relaciones económicas desequilibradas junto a la necesidad de intercambios comerciales más justos y equitativos.

Este criterio valora si se reconocen las consecuencias del crecimiento sobre el reparto de la riqueza, sobre la degradación medioambiental y la calidad de vida, así como los problemas que limitan el desarrollo de determinadas economías (objetivos 6 y 8).

10. Emplear de forma autónoma y con sentido crítico los recursos tecnológicos en el trabajo habitual y su aplicación en el desarrollo de proyectos de trabajo que impliquen el análisis de problemas económicos.

Este criterio valora la destreza y la autonomía alcanzada por el alumnado en el manejo de las herramientas informáticas e Internet así como su uso en el desarrollo de proyectos de investigación. Asimismo valora el dominio que tiene de los procedimientos de investigación propios de las ciencias sociales y, en particular, de la economía (objetivos 7 y 9)

Economía de la empresa

La empresa es un elemento fundamental de la estructura socioeconómica, pues es a través de su actividad como se crea riqueza y empleo. Las empresas contribuyen a satisfacer las necesidades de los ciudadanos, al tiempo que, gracias a la innovación tecnológica, impulsan el progreso económico y contribuye a la transformación de la sociedad en la que está inmersa. La empresa no puede ser entendida de forma aislada, al margen del entorno concreto en el que desarrolla su actividad y con el que establece una constante interacción.

La Economía de la empresa es una aproximación a la realidad empresarial entendida desde un enfoque amplio, tanto por atender a la comprensión de los mecanismos internos que la mueven como por sus interrelaciones con la sociedad.

La finalidad de esta materia es la de comprender la lógica de las decisiones empresariales con una visión próxima y fundamentada, valorando sus consecuencias desde un punto de vista social, ético y medioambiental, fomentando el uso de las tecnologías de la información y comunicación. Al mismo tiempo cumple una función propedéutica de estudios superiores, tanto universitarios como de formación profesional.

Esta materia desarrolla las capacidades que vienen recogidas en los objetivos generales de la etapa, al facilitar el uso del método científico, de forma individual o en equipo, para el análisis de las acciones o decisiones económicas y el desarrollo de procedimientos para obtener información, organizar el propio trabajo, exponerlo con coherencia y ser crítico con los resultados obtenidos en los objetivos a), h), i) y j). Asimismo contribuye, como el resto de materias, al desarrollo de otras capacidades recogidas los objetivos b), c), d), e), f), g), k) y ñ)

Desarrolla, por tanto, conocimientos que forman parte de la competencia en autonomía y espíritu emprendedor pues facilita herramientas capaces para establecer innovaciones e iniciativas empresariales; desarrolla igualmente la competencia social y científica y la competencia social y ciudadana aportando contenidos específicos. Asimismo como el resto de materias utiliza y, paralelamente, contribuye al desarrollo de la comunicación lingüística y el tratamiento de la información y competencia digital, y la competencia emocional.

En esta materia deben desempeñar un papel primordial valores y actitudes referidos a la solidaridad entre personas, grupos y pueblos; la valoración de relaciones no competitivas; la actitud crítica ante las desigualdades económicas; la importancia de la conservación del medio natural para la calidad de vida; el rechazo ante el consumo innecesario, etc.

Los contenidos de la materia se estructuran en ocho bloques. Los dos primeros bloques consideran la empresa desde un punto de vista global y relacionado con su función social. Los seis bloques restantes giran en torno a las diferentes áreas funcionales de la empresa. Así, el tercer y cuarto bloque afectan primordialmente a la empresa entendida como organización.

Objetivos

La enseñanza de Economía de la empresa 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 y en el aumento de la

calidad de vida y 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.

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.

5. Valorar críticamente 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.

6. Analizar el funcionamiento de organizaciones y grupos en relación con la aparición y resolución de conflictos.

7. Identificar las políticas de marketing de diferentes empresas en función de los mercados a los que dirigen sus productos.

8. Interpretar, de modo general, estados de cuentas anuales de empresas, identificando sus posibles desequilibrios económicos y financieros, y proponer medidas correctoras.

9. Obtener, seleccionar e interpretar información, tratarla de forma autónoma, utilizando, en su caso, medios informáticos, y aplicarla a la toma de decisiones empresariales.

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.

Contenidos

Bloque 1. La empresa:

- La empresa y el empresario.
- Clasificación, componentes, funciones y objetivos de la empresa.
- Análisis del marco jurídico que regula la actividad empresarial.
- Funcionamiento y creación de valor.
- Interrelaciones con el entorno económico y social.
- Valoración de la responsabilidad social y medioambiental de la empresa.

Bloque 2. Desarrollo de la empresa:

- Análisis de los factores de localización y dimensión de la empresa.
- Consideración de la importancia de las pyme y sus estrategias de mercado.
- Estrategias de crecimiento interno y externo.
- La internacionalización, la competencia global y las tecnologías de la información.

- Identificación de los aspectos positivos y negativos de la empresa multinacional.

Bloque 3. Organización y dirección de la empresa:

- La división técnica del trabajo y la necesidad de organización en el mercado actual.
- Funciones básicas de la dirección.
- Planificación y toma de decisiones estratégicas.
- Diseño y análisis de la estructura de la organización formal e informal.
- La gestión de los recursos humanos y su incidencia en la motivación.
- Los conflictos de intereses y sus vías de negociación.

Bloque 4. La función productiva:

- Proceso productivo, eficiencia y productividad.
- Importancia de la innovación tecnológica: I+D+i.
- Costes: clasificación y cálculo de los costes en la empresa.
- Cálculo e interpretación del umbral de rentabilidad de la empresa.
- Los inventarios y su gestión.
- Valoración de las externalidades de la producción.

Bloque 5. La función comercial de la empresa:

- Concepto y clases de mercado.
- Técnicas de investigación de mercados.
- Análisis del consumidor y segmentación de mercados.
- Variables del marketing-mix y elaboración de estrategias.
- Estrategias de marketing y ética empresarial.
- Aplicación al marketing de las tecnologías de la información y la comunicación.

Bloque 6. La información en la empresa:

- Obligaciones contables de la empresa.
- La composición del patrimonio y su valoración.
- Las cuentas anuales y la imagen fiel.
- Elaboración del balance y la cuenta de pérdidas y ganancias.
- Análisis e interpretación de la información contable.
- La fiscalidad empresarial.

Bloque 7. La función financiera:

- Estructura económica y financiera de la empresa.
- Concepto y clases de inversión.
- Valoración y selección de proyectos de inversión.
- Recursos financieros de la empresa.
- Análisis de fuentes alternativas de financiación interna y externa.

Bloque 8. Proyecto empresarial:

- Proceso de creación de una empresa: idea, constitución y viabilidad elemental.
- El plan de empresa y su utilidad como documento de análisis económico-financiero.

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.

Este criterio valora si los alumnos y alumnas saben diferenciar los diferentes elementos que componen una empresa (grupo humano, patrimonio, entorno y organización), la existencia de elementos diferentes en función de qué empresa se trate y las relaciones entre la empresa y el exterior (otras empresas, administraciones públicas, clientes, proveedores, entidades financieras, etc.) (objetivos 1 y 2).

2. Analizar situaciones generales de empresas reales o imaginarias utilizando los recursos materiales adecuados y las tecnologías de la información.

Este criterio valora si el alumnado es competente para aplicar sus conocimientos tecnológicos al análisis y resolución de casos sencillos, valorando el rigor en el análisis e interpretación de la información (objetivo 3).

3. Valorar distintos proyectos de inversión sencillos y justificar razonadamente la selección de la alternativa más ventajosa.

Este criterio valora el uso de métodos diversos de selección de inversiones con objeto de resolver casos básicos (objetivo 3).

4. Identificar los rasgos principales del sector en 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 valora si el alumnado sabe qué es un sector empresarial y es capaz de identificar a qué sector pertenece una empresa cualquiera, señalando las diferentes estrategias que puede seguir una empresa para la consecución de sus objetivos. Igualmente deberá saber diferenciar las implicaciones, tanto positivas como negativas, que suponen las decisiones empresariales en los ámbitos social y medioambiental (objetivos 4 y 5).

5. Describir la organización de una empresa y sus posibles modificaciones en función del entorno en el que desarrolla su actividad.

Este criterio pretende comprobar si se sabe interpretar la organización formal e informal de una empresa y detectar y proponer soluciones a disfunciones o problemas que impidan un funcionamiento eficiente en la organización empresarial (objetivo 6).

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

Este criterio valora si el alumnado sabe caracterizar un mercado en función del número de competidores, del pro-

ducto vendido, etc., identificando las diferentes políticas de marketing y adaptándolas a cada caso concreto. Igualmente se evalúa si el alumno sabe interpretar y valorar lecturas sencillas sobre estrategias de marketing (objetivo 7).

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

Este criterio valora si el alumnado diferencia y estructura los ingresos y costes generales de una empresa, determinando el beneficio o pérdida generado, así como el umbral de ventas necesario para su supervivencia (objetivo 8).

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 valora si se saben reconocer los diferentes elementos de estos documentos y su significado en la empresa. También se pretende valorar si los alumnos son capaces de analizar la situación patrimonial, financiera y económica en un caso sencillo detectando desequilibrios y proponiendo medidas correctoras de estos (objetivo 8).

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

Este criterio evalúa si se saben valorar las necesidades de financiación básicas de una empresa y proponer argumentadamente las opciones financieras que mejor se adaptan a un caso concreto (objetivo 9).

10. Diseñar y planificar un proyecto empresarial simple, con actitud emprendedora y creatividad, evaluando su viabilidad.

Este criterio valora si se sabe aplicar con creatividad los contenidos de la materia a un sencillo proyecto empresarial, valorando sus dificultades, debilidades y oportunidades, además, de considerar la disposición al trabajo en equipo, la creatividad y la planificación y organización del trabajo. Todas estas actitudes son claves para que el alumnado emprendedor pueda abordar proyectos de creación de empresas (objetivo 10).

Geografía

La Geografía tiene como finalidad el estudio de la organización del espacio terrestre, entendido éste como el conjunto de relaciones entre el territorio y la sociedad que actúa en él. Por ello, la Geografía del bachillerato abarca un vasto y relevante campo de conocimientos y transmitirá las capacidades y procedimientos que permitan, de forma detenida y pormenorizada, el estudio de esta realidad espacial, cada vez más compleja, heterogénea y móvil, en el marco de un mundo globalizado y cada vez más unitario en su percepción, pero, también, muy fragmentado y diverso.