

Proyecto Curricular

OBJETIVOS GENERALES

Los objetivos generales de esta materia pretenden conseguir que los alumnos y alumnas de estas edades estén capacitados para:

- ◆ Analizar las características más relevantes de distintos tipos de empresa, identificando sus funciones e interrelaciones y su organización.
- ◆ Estudiar las distintas áreas de actividad de la empresa (producción, financiación, inversión, comercialización, etc.) describiendo sus funciones específicas, sus relaciones internas y su dependencia externa.
- ◆ Valorar los sistemas de gestión del conocimiento como fuente de ventajas competitivas y reconocerlos como impulsores de la creatividad y la innovación en la empresa.
- ◆ Conocer los elementos más importantes de los diferentes sectores de actividad y explicar las principales estrategias de las empresas.
- ◆ Estudiar las políticas de marketing de diferentes empresas en función de los mercados a los que dirigen sus productos.
- ◆ Valorar la importancia que para las empresas y la sociedad tienen la investigación, las innovaciones tecnológicas y la implantación generalizada de las nuevas tecnologías.
- ◆ Identificar las consecuencias para las empresas y para la sociedad de la globalización económica.
- ◆ Identificar las principales fuentes de financiación de las empresas.
- ◆ Establecer los datos más relevantes de la información contenida en las cuentas anuales de una empresa e interpretar la información transmitida.
- ◆ Analizar las consecuencias que para el medio ambiente, la sociedad y las personas tienen las actividades de distintos tipos de empresa y las conductas y decisiones que se deben tomar.
- ◆ Comprender de forma clara y coherente y valorar las informaciones sobre hechos relevantes en el ámbito empresarial.
- ◆ Desarrollar la predisposición a la cooperación, a la responsabilidad y a la corresponsabilidad en el ámbito empresarial, y las habilidades y destrezas que facilitan el desarrollo de dichas capacidades.
- ◆ Conocer los pasos a seguir y las gestiones a realizar para llevar a cabo un proyecto empresarial y organizar todos los recursos de un negocio.
- ◆ Formular opiniones acerca de las empresas de la comunidad autónoma a partir de datos sobre las mismas, argumentando con precisión y respetando los puntos de vista distintos de otras personas.

- ◆ Transmitir y comunicar información de forma organizada, seleccionando el formato y cauce técnico más adecuado en función del contenido.
- ◆ Relacionar las nuevas tecnologías de la información como fuente de ventajas competitivas para las empresas y reconocerlas como generadoras de creatividad y de innovación.

CONTENIDOS PRESCRIPTIVOS DE LA MATERIA

La empresa

Concepto de empresa.

Clasificación.

Teorías sobre la empresa.

La empresa como sistema.

Empresa y empresario.

Funciones y objetivos de la empresa.

La creación de valor como objetivo empresarial.

La empresa y su entorno.

La responsabilidad social de la empresa: la ética de los negocios.

El sector: concepto y clasificación.

La función básica de planificación y estrategia

Funciones básicas del proceso de dirección.

Los niveles directivos.

Modelos de gestión y liderazgo.

Concepto de estrategia.

Las fuerzas competitivas básicas.

Las estrategias competitivas genéricas.

Análisis interno de la empresa: la cadena de valor.

La función de planificación.

La toma de decisiones en la empresa.

La función de control.

Organización de la empresa

Concepto de organización.

Organización y jerarquía.

Gestión de los recursos humanos.

Organización formal y organización informal.

Programación y comunicación.
División del trabajo.
Motivación de los trabajadores.
Gestión del conocimiento.

La función productiva

Producción.
Clasificación de las actividades productivas.
Asignación de los recursos productivos.
Costes: clasificación y cálculo.
Umbral de rentabilidad.
Matriz tecnológica.
Productividad de los factores y rentabilidad.
Los inventarios: coste, evolución temporal y el modelo de Wilson.
Programación, evaluación y control de proyectos: el modelo PERT.
La gestión de la calidad.

La función comercial de la empresa

Concepto y clases de mercado.
La empresa ante el mercado.
La segmentación de los mercados.
Las variables del marketing.

La función financiera

Estructura económica de la empresa: activo fijo y activo circulante.
Recursos financieros de la empresa: recursos propios y recursos ajenos.
El fondo de maniobra.
Los ciclos de actividad de la empresa.
Autofinanciación.
Fuentes de financiación externa de la empresa.
Apalancamiento.
Valoración y selección de proyectos de inversión.

Obligación de información de la empresa

Obligaciones contables de la empresa.

La imagen fiel.

Las cuentas anuales: el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias.

El análisis de la información contable.

Desarrollo de la empresa

Formas de desarrollo: expansión y diversificación.

Crecimiento de la empresa: interno y externo.

Estrategias de fusión y de adquisición.

Cooperación entre empresas.

La internacionalización y la competencia global.

La empresa multinacional.

La nueva economía

Tecnologías de la información.

Comercio electrónico.

Nuevas formas de organizar la empresa.

ESTRUCTURA DEL LIBRO

El libro presenta los contenidos de la materia distribuidos en catorce Unidades didácticas.

Cada Unidad del libro contiene una explicación de la materia estructurada en apartados de conjunto –en los cuales se desarrollan los conceptos principales–, que se acompaña de ejemplos ilustrativos y actividades de aprendizaje que dan solidez a los contenidos.

En casi todas las Unidades se incluyen textos de apoyo y artículos de actualidad, explicativos y complementarios de los contenidos básicos, así como información sobre páginas web de interés, que permiten consultar a través de Internet contenidos complementarios o ejemplos ilustrativos.

Además, al final de cada Unidad hay una serie de ejercicios que ayudan a practicar y comprobar el nivel de aprendizaje de los diversos contenidos y una página con los conceptos básicos que se han tratado.

Los contenidos del libro son los siguientes:

Unidad 1

La empresa y el entorno

- 1.1 La empresa como unidad económica
- 1.2 Influencia del entorno en la empresa
- 1.3 Clases de empresas
- 1.4 Localización y dimensión de la empresa

Textos de apoyo

Ejercicios finales

Conceptos básicos

Unidad 2

Legislación mercantil y fiscal

- 2.1 Legislación mercantil
- 2.2 Legislación fiscal

Ejercicios finales

Conceptos básicos

Unidad 3

Formas jurídicas de empresas

- 3.1 Tipos de empresas según su forma jurídica
- 3.2 Empresa individual
- 3.3 Empresa sociedad
- 3.4 Sociedades mercantiles
- 3.5 Sociedad de interés social

Ejercicios finales

Conceptos básicos

Unidad 4

La organización interna de la empresa

- 4.1 Proceso de dirección. Concepto y funciones
- 4.2 Función de planificación
- 4.3 Función de organización
- 4.4 Función de gestión
- 4.5 Función de control

Textos de apoyo

Ejercicios finales

Conceptos básicos

Unidad 5

Área de aprovisionamiento

5.1 La función de aprovisionamiento

5.2 La gestión de inventarios

5.3 Valoración de las existencias

Texto de apoyo

Ejercicios finales

Conceptos básicos

Unidad 6

Área de producción

6.1 Concepto de producción

6.2 La función de producción

6.3 Los costes de la empresa

6.4 Umbral de rentabilidad o punto muerto

6.5 La gestión de la producción

6.6 Programación de la producción. La matriz tecnológica

6.7 La calidad en la empresa

6.8 La empresa y la protección del medio ambiente

Texto de apoyo

Ejercicios finales

Conceptos básicos

Unidad 7

Área comercial. El marketing

7.1 El departamento comercial

7.2 El mercado

7.3 Estudio de mercado

7.4 La segmentación de mercados

7.5 El marketing

7.6 Los elementos del marketing

7.7 El plan de marketing

Textos de apoyo

Ejercicios finales

Conceptos básicos

Unidad 8

Área de recursos humanos

- 8.1 El departamento de recursos humanos
- 8.2 Funciones del departamento de recursos humanos
- 8.3 Seguridad e higiene en el trabajo

Textos de apoyo

Ejercicios finales

Conceptos básicos

Unidad 9

Área de financiación e inversión

- 9.1 Fuentes de financiación de la empresa
- 9.2 Coste de una fuente de financiación
- 9.3 La inversión
- 9.4 Características de una inversión
- 9.5 Métodos de selección y valoración de inversiones
- 9.6 Las inversiones y el riesgo
- 9.7 Los ciclos de la empresa
- 9.8 Periodo medio de maduración

Ejercicios finales

Conceptos básicos

Unidad 10

Los estados financieros de la empresa

- 10.1 El tratamiento contable de la información
- 10.2 El Plan General de Contabilidad
- 10.3 El balance de situación
- 10.4 La cuenta de pérdidas y ganancias
- 10.5 La memoria y otros estados financieros

Ejercicios finales

Conceptos básicos

Unidad 11

El análisis de los estados financieros de la empresa I

- 11.1 Introducción al análisis de estados contables
- 11.2 Análisis patrimonial: estructura y equilibrio patrimonial

Ejercicios finales

Conceptos básicos

Unidad 12

El análisis de los estados financieros de la empresa II

12.1 Análisis financiero: ratios financieros y el cuadro de financiación anual

12.2 Análisis económico: estudio de los resultados y de la rentabilidad de la empresa

Ejercicios finales

Conceptos básicos

Unidad 13

El proyecto empresarial

13.1 La creación de una empresa: el proyecto de iniciativa empresarial

13.2 La viabilidad del proyecto empresarial

13.3 La memoria del proyecto empresarial

13.4 La constitución formal de la empresa

Textos de apoyo

Ejercicios finales

Conceptos básicos

DISTRIBUCION DE CONTENIDOS

Unidad 1: La empresa y el entorno

Objetivos didácticos

- ◆ Describir la empresa como una organización creada para conseguir unos fines concretos.
- ◆ Identificar los factores más destacados del entorno (mercado, clientes, proveedores, coyuntura económica, instituciones, marco legal...).
- ◆ Analizar la influencia que todos y cada uno de los elementos del entorno ejercen en el funcionamiento de la empresa.
- ◆ Analizar la empresa con un conjunto de áreas de actividad interrelacionadas.
- ◆ Identificar las repercusiones que las decisiones tomadas en un área provocan en las otras.
- ◆ Manifestar iniciativa personal, capacidad de organización y eficiencia en los trabajos y tareas realizados individual y colectivamente, aportando ideas, tomando decisiones y valorando el trabajo bien hecho.
- ◆ Habitarse a hacer consultas bibliográficas, documentales o personales para poder esclarecer dudas o solucionar problemas y transmitir las respuestas de manera inteligible, usando un vocabulario técnico adecuado.
- ◆ Identificar las consecuencias, para las empresas y la sociedad, de la globalización de la economía y las posibles líneas a adoptar frente a este fenómeno.

Contenidos

Conceptos

- ◆ La empresa como unidad económica.
 - ◆ Concepto de empresa.
 - ◆ Objetivos de la empresa (cadena de valor).
 - ◆ Elementos de la empresa.
 - ◆ Funciones de la empresa.
- ◆ Influencia del entorno en la empresa.
 - ◆ La empresa como sistema.
 - ◆ El entorno.
 - ◆ Responsabilidad social de la empresa.
 - ◆ La ética en los negocios.

- ◆ Clases de empresas.
- ◆ El empresario.
- ◆ Clasificación de las empresas.
 - ◆ Según su tamaño.
 - ◆ Según su actividad.
 - ◆ Según la propiedad del capital.
 - ◆ Según la estructura jurídica.
- ◆ Localización y dimensión de la empresa
 - ◆ Localización de la empresa.
 - ◆ Dimensión.

Procedimientos

- ◆ Reconocimiento de los elementos del entorno general de las empresas.
- ◆ Identificación de los elementos fundamentales de la empresa.
- ◆ Clasificación de las empresas según diferentes criterios.
- ◆ Reconocimiento de los elementos característicos de la empresa.
- ◆ Seguimiento de la relevancia social de la empresa en la actualidad.

Actitudes

- ◆ Percepción de la combinación de diferentes objetivos en la empresa.
- ◆ Predisposición a estudiar los objetivos de las diversas áreas de la empresa.
- ◆ Reconocimiento de la empresa como proveedora de rentas a la sociedad.
- ◆ Muestra de voluntad para organizar el trabajo en grupo.

Unidad 2: Legislación mercantil y fiscal

Objetivos didácticos

- ◆ Entender la necesidad del derecho mercantil como legislador de la empresa.

- ◆ Analizar la necesidad de un sistema fiscal como medio de financiación del Estado.
- ◆ Descubrir el papel redistributivo de los impuestos.
- ◆ Conocer los principales impuestos que gravan la actividad empresarial y profesional.
- ◆ Relacionar la forma jurídica y fiscalidad aplicable a la actividad empresarial.
- ◆ Distinguir los diferentes impuestos que constituyen fuente de renta.
- ◆ Liquidar sencillos supuestos fiscales.
- ◆ Manifiestar iniciativa personal, capacidad de organización y eficiencia en los trabajos y tareas realizados individual y colectivamente, aportando ideas, tomando decisiones y valorando el trabajo bien hecho.
- ◆ Habitarse a hacer consultas bibliográficas, documentales o personales para poder esclarecer dudas o solucionar problemas y transmitir las respuestas de manera inteligible, usando un vocabulario técnico adecuado.

Contenidos

Conceptos

- ◆ Legislación mercantil.
 - ◆ Concepto y fuentes.
 - ◆ Obligaciones y derechos de la empresa.
- ◆ Legislación fiscal.
 - ◆ Concepto de derecho fiscal. Fuentes.
 - ◆ Tributos. Clases.
 - ◆ Impuestos. Clases.
 - ◆ Impuestos directos.
 - ◆ Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF).
 - ◆ Impuesto sobre Sociedades (IS).
 - ◆ Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE).
 - ◆ Impuestos indirectos.
 - ◆ Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA).

Procedimientos

- ◆ Aplicación de las diferentes normas mercantiles.
- ◆ Reconocimiento de las normas mercantiles que regulan el marco empresarial.
- ◆ Clasificación de los distintos impuestos, así como sus elementos.
- ◆ Aplicación de la liquidación de los impuestos en ejercicios prácticos.

Actitudes

- ◆ Concienciación de la importancia y papel social de los impuestos.
- ◆ Entendimiento de la necesidad de los impuestos como medio de distribución de la renta.
- ◆ Interés por la actividad empresarial y la fiscalidad aplicable.

Unidad 3: Formas jurídicas de empresas

Objetivos didácticos

- ◆ Analizar las características más relevantes de distintos tipos de empresas, identificando sus funciones e interrelaciones, así como su organización.
- ◆ Saber escoger para cada situación la forma jurídica más adecuada en la creación de la empresa.
- ◆ Conocer los elementos más importantes de los diferentes sectores de la actividad y, explicar, a partir de ellos, las principales estrategias de las empresas.
- ◆ Manifiestar iniciativa personal, capacidad de organización y eficiencia en los trabajos y tareas realizados individual y colectivamente, aportando ideas, tomando decisiones y valorando el trabajo bien hecho.
- ◆ Habitarse a hacer consultas bibliográficas, documentales o personales para poder esclarecer dudas o solucionar problemas y transmitir las respuestas de manera inteligible, usando un vocabulario técnico adecuado.

Contenidos

Conceptos

- ◆ Tipos de empresas según su forma jurídica.
- ◆ Empresa individual.
 - ◆ Empresario individual.

- ◆ Sociedad civil privada.
- ◆ Empresa sociedad.
 - ◆ Sociedad civil pública.
 - ◆ Sociedad mercantil.
 - ◆ Sociedad de interés social.
- ◆ Sociedades mercantiles.
 - ◆ Sociedad colectiva.
Características generales.
 - ◆ Sociedad comanditaria simple.
Características generales.
 - ◆ Sociedad comanditaria por acciones.
Características generales.
 - ◆ Sociedad de responsabilidad limitada.
Características generales.
Constitución.
Órganos de la sociedad.
Los socios.
 - ◆ Sociedad anónima.
Características generales.
Constitución.
Órganos de la sociedad.
Los accionistas. Las acciones.
Clases de acciones.
Conceptos básicos relativos a las acciones.
 - ◆ Sociedad laboral.
Características generales.
Constitución.
- ◆ Sociedades de interés social.

- ◆ Sociedad cooperativa.
 - Características generales.
 - Constitución.
 - Órganos de la sociedad.
 - Los socios.
 - Tipos de cooperativas.

Procedimientos

- ◆ Clasificación de las empresas según su forma jurídica.
- ◆ Clasificación de las formas jurídicas de empresa según el número de socios, su responsabilidad y el capital aportado al inicio de la sociedad.
- ◆ Aplicación de las características de cada forma jurídica en cada caso que se plantee.

Actitudes

- ◆ Muestra de voluntad para organizar el trabajo en grupo.
- ◆ Interés para proponer mejoras y alternativas a decisiones tomadas.
- ◆ Interés para consultar y estudiar fuentes bibliográficas.
- ◆ Voluntad para trabajar en equipo y para coordinar tareas.

Unidad 4: La organización interna de la empresa

Objetivos didácticos

- ◆ Describir el proceso de toma de decisiones en la determinación de la localización de una empresa.
- ◆ Aplicar y ejecutar el proceso de la toma de decisiones en simulaciones sencillas y en el ámbito de las diferentes áreas funcionales de la empresa.
- ◆ Identificar en casos concretos de empresas su estructura organizativa y representarla gráficamente.
- ◆ Manifiestar iniciativa personal, capacidad de organización y eficiencia en los trabajos y tareas realizados individual y colectivamente, aportando ideas, tomando decisiones y valorando el trabajo bien hecho.

- ◆ Habituarse a hacer consultas bibliográficas, documentales o personales para poder esclarecer dudas o solucionar problemas y transmitir las respuestas de manera inteligible, usando un vocabulario técnico adecuado.
- ◆ Analizar las consecuencias que para el medio ambiente, la sociedad y las personas tienen las actividades de distintos tipos de empresa y las conductas y decisiones de sus directivos.

Contenidos

Conceptos

- ◆ El proceso de dirección.
- ◆ Función de planificación.
 - ◆ Clasificación de los planes.
 - Por su naturaleza y características.
 - Por su dimensión temporal.
 - Por funciones y departamentos.
 - ◆ Etapas del proceso de planificación.
- ◆ Función de organización.
 - ◆ Etapas de la función de organización.
 - ◆ La comunicación en la empresa.
 - ◆ La organización del trabajo.
 - Evolución histórica de la organización del trabajo.
 - Escuela de la organización científica del trabajo.
 - Escuela de relaciones humanas.
 - La motivación en el trabajo.
 - Teoría de Maslow.
 - ◆ La organización formal.
 - Estructura organizativa.
 - Modelos de estructura organizativa.
 - Los organigramas.
 - ◆ La organización informal.

- ◆ Función de gestión.
 - ◆ Funciones del directivo.
 - ◆ Toma de decisiones.
 - El proceso de decisión.
 - Etapas en la toma de decisiones.
 - La matriz de decisión.
 - Criterios de decisión.
 - Árboles de decisión.
- ◆ Función de control.
 - ◆ Etapas de control.

Procedimientos

- ◆ Identificación de las decisiones más usuales de la empresa.
- ◆ Aplicación del proceso de la toma de decisiones.
- ◆ Aplicación del proceso de dirección.
- ◆ Estudio de la influencia de las decisiones en las áreas de la empresa.
- ◆ Contraste de los costes y beneficios de cada decisión.
- ◆ Análisis de los elementos organizativos de las empresas y de sus estructuras organizativas.
- ◆ Descripción esquemática del funcionamiento de organizaciones reales.
- ◆ Representación gráfica de estructuras organizativas y de organigramas.
- ◆ Clasificación de las empresas según su estructura organizativa.

Actitudes

- ◆ Responsabilidad para actuar de manera razonada y racional en la toma de decisiones.
- ◆ Voluntad de consulta y de estudio generalizado de las decisiones y de la dirección de la empresa.
- ◆ Muestra de voluntad para organizar el trabajo en grupo.
- ◆ Reconocimiento de la necesidad de la organización.
- ◆ Voluntad para utilizar terminología adecuada.
- ◆ Voluntad de planificación de las tareas de organización.

- ◆ Interés para proponer mejoras y alternativas a decisiones tomadas.
- ◆ Interés por consultar y estudiar fuentes bibliográficas.
- ◆ Voluntad para trabajar en equipo y coordinar tareas.

Unidad 5: Área de aprovisionamiento

Objetivos didácticos

- ◆ Describir la actividad de aprovisionamiento de la empresa, la necesidad de almacenamiento y su relación con la actividad de producción y comercialización.
- ◆ Determinar, en casos concretos de empresas, qué productos hace falta almacenar, en qué cantidad, qué coste de almacenamiento se ha de soportar, cómo y quién lo financia, etc.
- ◆ Analizar la problemática que se deriva de la gestión del almacén.
- ◆ Determinar, mediante cálculos sencillos, el pedido óptimo y el *stock* de seguridad, valorando su importancia en la gestión de los inventarios.
- ◆ Aplicar las principales normas de valoración de las existencias.
- ◆ Aplicar y desarrollar las técnicas más usuales de administración de las existencias.
- ◆ Manifiestar iniciativa personal, capacidad de organización y eficiencia en los trabajos y tareas realizados individual y colectivamente, aportando ideas, tomando decisiones y valorando el trabajo bien hecho.
- ◆ Mostrar una actitud crítica hacia los principales problemas provocados por la actividad productiva de la empresa sobre el medio ambiente y conocer las soluciones prácticas más significativas para tratarlos, y también sus efectos económicos y sociales.
- ◆ Habituarse a hacer consultas bibliográficas, documentales o personales para aclarar dudas o solucionar problemas y transmitir respuestas de manera inteligible, utilizando un vocabulario técnico adecuado.

Contenidos

Conceptos

- ◆ La función de aprovisionamiento.
 - ◆ Las existencias; concepto y tipos.
 - ◆ La gestión de inventarios.
 - ◆ Clasificación de los costes de las existencias.
 - ◆ Administración de inventarios.
 - ◆ Modelo de pedido óptimo o modelo de Wilson.

- ◆ Modelo ABC de gestión de inventarios.
- ◆ El sistema JIT de gestión de inventarios.
- ◆ La valoración de las existencias.
 - ◆ Valoración de las salidas del almacén.
 - ◆ Ficha de control de existencias.

Procedimientos

- ◆ Análisis de los elementos de los sistemas de inventarios.
- ◆ Identificación de los diferentes objetivos de las áreas de la empresa en lo que se refiere a la gestión de las existencias.
- ◆ Determinación del pedido óptimo, el tiempo entre pedidos y el número de pedidos a realizar en un periodo.
- ◆ Determinación y representación gráfica de los elementos fundamentales en la gestión de inventarios.
- ◆ Cálculo y evaluación del punto de pedido y relación de éste con la gestión de inventarios.
- ◆ Aplicación de normas de valoración del PGC.
- ◆ Aplicación de los criterios PMP, FIFO y LIFO de administración de existencias.

Actitudes

- ◆ Voluntad para utilizar la terminología específica de la gestión de inventarios.
- ◆ Interés por desarrollar las tareas de manera eficiente y diligente.
- ◆ Interés por la autocorrección y revisión sistemática de los cálculos realizados.
- ◆ Interés por consultar referencias bibliográficas y de actualidad sobre los inventarios.

Unidad 6: Área de producción

Objetivos didácticos

- ◆ Describir la actividad productiva de la empresa como un subsistema empresarial, con entradas (factores de producción) y salidas (producto), y relacionadas entre sí mediante la función de producción.
- ◆ Determinar, en casos sencillos, la cantidad a producir de un producto considerando la capacidad productiva de la empresa y su política de *stocks*.

- ◆ Calcular y clasificar los principales tipos de costes y diferenciar entre gasto, coste y coste de oportunidad.
- ◆ Valorar la importancia que para las empresas y la sociedad tiene la investigación, las innovaciones tecnológicas y la implantación generalizada de las nuevas tecnologías.
- ◆ Manifiestar iniciativa personal, capacidad de organización y eficiencia en los trabajos y tareas realizados individual y colectivamente, aportando ideas, tomando decisiones y valorando el trabajo bien hecho.
- ◆ Analizar las consecuencias que para el medio ambiente, la sociedad y las personas tienen las actividades de distintos tipos de empresa y las conductas y decisiones de sus directivos.
- ◆ Mostrar una actitud crítica hacia los principales problemas provocados por la actividad productiva de la empresa sobre el medio ambiente y conocer las soluciones prácticas más significativas para tratarlos y también sus efectos económicos y sociales.
- ◆ Habitarse a hacer consultas bibliográficas, documentales o personales para aclarar dudas o solucionar problemas y transmitir respuestas de manera inteligible, utilizando un vocabulario técnico adecuado.

Contenidos

Conceptos

- ◆ Concepto de producción.
 - ◆ Los factores de producción.
 - ◆ La tecnología.
- ◆ La función de producción.
 - ◆ Rendimientos de la producción. Productividad.
 - ◆ Eficiencia de la producción.
- ◆ Los costes de la empresa.
 - ◆ Costes fijos y costes variables.
 - ◆ Costes directos y costes indirectos.
 - ◆ Estructura de costes de la empresa.
- ◆ Umbral de rentabilidad o punto muerto.
- ◆ La gestión de la producción.
 - ◆ La planificación de la producción.
 - ◆ Métodos y técnicas de planificación de la producción.
 - El método PERT_CPM.

Las gráficas Gantt.

- ◆ Programación de la producción. Matriz tecnológica.
- ◆ La calidad en la empresa.
 - ◆ La certificación de calidad.
- ◆ La empresa y la protección del medio ambiente.
 - ◆ Externalidades y coste social de la producción.
 - ◆ La industria del medio ambiente: oportunidades empresariales.

Procedimientos

- ◆ Identificación de los costes de la empresa.
- ◆ Estudio de los rendimientos y la productividad de la producción.
- ◆ Identificación de los elementos que forman la función de producción.
- ◆ Toma de decisiones de producción o de compra en función de los costes.
- ◆ Estudio de los efectos de la producción sobre el medio ambiente.
- ◆ Identificación de la relevancia de la gestión de calidad.
- ◆ Utilización de diferentes técnicas para planificar y esquematizar los procesos de producción.

Actitudes

- ◆ Consciencia de la voluntad de planificar y organizar la producción.
- ◆ Interés por la problemática medioambiental en relación a la producción.
- ◆ Actuación crítica y positiva en el estudio del impacto medioambiental de la producción.
- ◆ Voluntad de aprender las técnicas básicas y elementales para planificar tareas y actividades productivas.

Unidad 7: Área comercial. El marketing

Objetivos didácticos

- ◆ Describir la actividad comercial de la empresa, las funciones y los objetivos del departamento comercial y su relación con la actividad productiva y/o aprovisionamiento.
- ◆ Determinar, para casos sencillos y para empresas concretas, su mercado, el mercado potencial, la cuota de mercado, la demanda total y la demanda de la empresa.
- ◆ Estudiar los componentes y las variables del *mix* de marketing.
- ◆ Calcular el precio de venta de un producto o servicio (considerando su coste, el precio fijado por la competencia y la sensibilidad de los consumidores a las variaciones de los precios).
- ◆ Estudiar las políticas de marketing de diferentes empresas en función de los mercados a los que dirigen sus productos.
- ◆ Analizar, en casos imaginarios, las posibilidades de la publicidad en la promoción de un producto o un servicio en los diferentes medios publicitarios y su efecto sobre las ventas.
- ◆ Señalar las características principales de los diferentes canales de distribución a disposición de la empresa y proponer el más conveniente en función de las características de los productos de la empresa.
- ◆ Manifestar iniciativa personal, capacidad de organización y eficiencia en los trabajos y tareas realizados individual y colectivamente, aportando ideas, tomando decisiones y valorando el trabajo bien hecho.
- ◆ Habitarse a hacer consultas bibliográficas, documentales o personales para aclarar dudas o solucionar problemas y transmitir respuestas de manera inteligible, utilizando un vocabulario técnico adecuado.

Contenidos

Conceptos

- ◆ El departamento comercial.
 - ◆ Concepto y funciones.
 - ◆ Relación con otros departamentos de la empresa.
- ◆ El mercado.
 - ◆ Concepto de mercado.
 - ◆ Tipos de mercados.
 - ◆ Demanda total y demanda de empresa.
 - ◆ Cuota de mercado.
- ◆ Estudio de mercado.
 - ◆ Concepto.

- ◆ Fases del estudio de mercado.
- ◆ Técnicas de recogida de datos primarios.
- ◆ Análisis del entorno general.
- ◆ Análisis de la competencia.
- ◆ Análisis del consumidor.
- ◆ La segmentación de mercados.
 - ◆ Criterios de segmentación de mercados.
- ◆ El marketing.
 - ◆ Evolución de la actividad comercial.
 - ◆ Concepto de marketing.
 - ◆ Importancia del marketing.
- ◆ Los elementos del marketing.
 - ◆ El producto.
 - ◆ El precio.
 - ◆ La distribución.
 - ◆ La promoción.
 - ◆ El merchandising.
- ◆ El plan de marketing.
 - ◆ Planificación.
 - ◆ Aprobación.
 - ◆ Un plan de marketing para un caso concreto.

Procedimientos

- ◆ Identificación de los elementos de la demanda y de la competencia de la empresa.
- ◆ Descripción de la actividad comercial en la empresa.
- ◆ Relación de diferentes técnicas de segmentación de mercados.
- ◆ Identificación de los elementos mínimos de un estudio de mercado.
- ◆ Aplicación de decisiones sobre las variables del marketing.

- ◆ Representación de las fases del ciclo de vida de un producto.
- ◆ Análisis y fijación de precios.
- ◆ Interpretación de la información obtenida de las diferentes áreas de la empresa.
- ◆ Identificación de las diferencias entre gama y línea de producto.
- ◆ Estudio de los elementos de las actividades de promoción.
- ◆ Análisis de los diferentes medios de publicidad y promoción.
- ◆ Reconocimiento de diferentes técnicas de *merchandising*.

Actitudes

- ◆ Hábito de proponerse mejoras en situaciones de trabajo en grupo.
- ◆ Valoración positiva de las actividades de aprendizaje.
- ◆ Determinación por buscar información sobre los procesos comerciales de la empresa.
- ◆ Interés por mostrar y presentar las tareas destinadas a estudiar la actividad comercial de la empresa.
- ◆ Valoración positiva de las diferencias entre las variables del marketing.

Unidad 8: Área de recursos humanos

Objetivos didácticos

- ◆ Identificar las características que ha de presentar una gestión eficiente de los recursos humanos de la empresa y los objetivos prioritarios en este ámbito de gestión.
- ◆ Conocer los derechos y obligaciones esenciales derivados de la relación laboral.
- ◆ Tomar conciencia de que los conflictos colectivos deben ser compatibles con los derechos de la sociedad.
- ◆ Manifiestar iniciativa personal, capacidad de organización y eficiencia en los trabajos y tareas realizados individual y colectivamente, aportando ideas, tomando decisiones y valorando el trabajo bien hecho.
- ◆ Habituarse a hacer consultas bibliográficas, documentales o personales para aclarar dudas o solucionar problemas y transmitir respuestas de manera inteligible, utilizando un vocabulario técnico adecuado.

Contenidos

Conceptos

- ◆ El departamento de recursos humanos.
- ◆ Funciones del departamento de recursos humanos.
 - ◆ Organización y planificación de personal.
 - ◆ Selección y contratación de personal.
 - ◆ Administración de personal.
 - ◆ Formación de recursos humanos.
 - ◆ Relaciones laborales.
 - ◆ Control de personal.
 - ◆ Gestión del conocimiento.
- ◆ Seguridad e higiene en el trabajo.

Procedimientos

- ◆ Análisis formal de los puestos de trabajo tipificados.
- ◆ Selección de trabajo para casos concretos.
- ◆ Contraste de la amplitud de las competencias en la gestión de personal.
- ◆ Identificación de los elementos básicos de la documentación de la gestión de personal.
- ◆ Trabajo sobre ofertas de trabajo específicas e identificación de sus elementos.

Actitudes

- ◆ Interés por tomar decisiones en el área de recursos humanos.
- ◆ Voluntad del trabajo en equipo y de coordinación entre las tareas.
- ◆ Interés por identificar en los medios de comunicación las referencias a las problemáticas laborales.

Unidad 9: Área de financiación e inversión

Objetivos didácticos

- ◆ Definir el concepto de función financiera de la empresa y fuente de financiación.

- ◆ Identificar y clasificar, según diferentes criterios, las fuentes de financiación de la empresa.
- ◆ Diferenciar las posibles fuentes de financiación de una empresa y razonar la elección más adecuada.
- ◆ Definir el concepto de inversión y clasificar las inversiones según la tipología.
- ◆ Aplicar los criterios VAN y TIR para la selección de inversiones.
- ◆ Definir y calcular el periodo medio de maduración de la empresa.
- ◆ Seleccionar la mejor fuente de financiación teniendo en cuenta el coste.
- ◆ Mostrar iniciativa en la toma de decisiones sobre inversiones.
- ◆ Mostrar iniciativa en la resolución de problemas y en la elaboración de conclusiones.

Contenidos

Conceptos

- ◆ Fuentes de financiación de la empresa.
 - ◆ Recursos propios o financiación propia.
 - ◆ Recursos financieros a medio y largo plazo.
 - ◆ Recursos ajenos a corto plazo.
- ◆ Coste de una fuente de financiación.
 - ◆ Coste de los recursos financieros propios.
 - ◆ Coste de los recursos ajenos a medio y largo plazo.
 - ◆ Coste de los recursos ajenos a corto plazo.
 - ◆ Coste medio ponderado de los recursos financieros.
- ◆ La inversión.
- ◆ Características financieras de una inversión.
 - ◆ Representación gráfica de las características financieras de una inversión.
- ◆ Métodos de selección y valoración de inversiones.
 - ◆ Métodos de selección estáticos.
 - ◆ Métodos de selección dinámicos.
- ◆ Las inversiones y el riesgo.

- ◆ Los ciclos de la empresa.
 - ◆ El ciclo largo.
 - ◆ El ciclo corto.
- ◆ Periodo medio de maduración.
 - ◆ Subperiodos que forman el periodo medio de maduración.
 - ◆ Cálculo del periodo medio de maduración.
 - ◆ Periodo medio de maduración de una empresa comercial.

Procedimientos

- ◆ Identificación y selección de fuentes de financiación de una empresa.
- ◆ Identificación y clasificación de inversiones.
- ◆ Toma de decisiones sobre la fuente de financiación que se ha de utilizar.
- ◆ Aplicación de los criterios VAN y TIR a cada inversión y elección de la mejor inversión.
- ◆ Elaboración de un informe con las decisiones tomadas.
- ◆ Cálculo del periodo medio de maduración de una empresa industrial y de una empresa comercial.

Actitudes

- ◆ Valoración positiva de las actividades de aprendizaje.
- ◆ Interés por aplicar de forma correcta, ordenada y adecuada las técnicas de selección de inversiones.
- ◆ Voluntad por realizar cálculos y registros correctos y verdaderos.
- ◆ Interés por analizar el resultado final conseguido con la aplicación de los criterios VAN y TIR.
- ◆ Iniciativa y autonomía personal.
- ◆ Hábito de revisión de cálculos y detección de errores.

Unidad 10: Los estados financieros de la empresa

Objetivos didácticos

- ◆ Tener asimilados los elementos que forman parte del patrimonio de la empresa.
- ◆ Realizar trabajos sobre la información contable con orden y rigor, mostrando interés por el conocimiento y el uso del Plan General de Contabilidad.
- ◆ Elaborar balances a partir de la información proporcionada sobre el patrimonio de la empresa, utilizando el modelo abreviado del PGC.
- ◆ Elaborar cuentas de resultados a partir de la información proporcionada sobre el patrimonio de la empresa, utilizando el modelo abreviado del PGC.
- ◆ Manifiestar iniciativa personal, capacidad de organización y eficiencia en los trabajos y tareas realizados individual y colectivamente, aportando ideas, tomando decisiones y valorando el trabajo bien hecho.
- ◆ Habitarse a hacer consultas bibliográficas, documentales o personales con tal de aclarar o solucionar problemas y transmitir las respuestas de manera inteligible, utilizando un vocabulario técnico adecuado.

Contenidos

Conceptos

- ◆ El tratamiento contable de la información.
 - ◆ La importancia de la contabilidad.
 - ◆ El patrimonio empresarial.
 - ◆ Los elementos patrimoniales.
 - ◆ Los resultados de la empresa.
- ◆ El Plan General de Contabilidad.
- ◆ El balance de situación.
 - ◆ Concepto y funciones.
 - ◆ Estructura.
- ◆ La cuenta de pérdidas y ganancias.
 - ◆ Concepto y funciones.
 - ◆ Estructura.
- ◆ La memoria y otros estados financieros.

Procedimientos

- ◆ Obtención de la información en la empresa.

- ◆ Utilización del Plan General de Contabilidad.
- ◆ Verificación de la información contable.
- ◆ Elaboración de balances y cuentas de resultados siguiendo el modelo del PGC.
- ◆ Conocimiento de otros estados financieros necesarios para el análisis financiero.
- ◆ Interpretación y contraste de los datos analizados.
- ◆ Comprensión de la información que proporcionan los estados financieros para interpretar la situación patrimonial, financiera y económica de la empresa.

Actitudes

- ◆ Concienciación del valor de la empresa como generadora de rentas.
- ◆ Valoración positiva de las actividades de aprendizaje.
- ◆ Valoración positiva de las nuevas tecnologías informáticas aplicadas a la empresa.
- ◆ Iniciativa y autonomía personal.
- ◆ Interés por formarse opiniones y manifestar las propias.
- ◆ Organización, planificación y realización del trabajo.
- ◆ Hábito de revisión del cálculo y de detección de errores.
- ◆ Uso y consulta del PGC en las operaciones de registro de la información contable.
- ◆ Interés por analizar el resultado final del trabajo contable realizado.

Unidad 11: El análisis de los estados financieros de la empresa I

Objetivos didácticos

- ◆ Manifestar iniciativa personal, capacidad de organización y eficiencia en los trabajos y tareas realizados individual y colectivamente, aportando ideas, tomando decisiones y valorando el trabajo bien hecho.
- ◆ Habitarse a hacer consultas bibliográficas, documentales o personales con tal de aclarar o solucionar problemas y transmitir las respuestas de manera inteligible, utilizando un vocabulario técnico adecuado.
- ◆ Analizar los estados financieros de una empresa aplicando todas las técnicas analíticas que permiten interpretar las variaciones y los cambios en la evolución de la empresa.
- ◆ Estudiar la estructura económica y financiera de la empresa y tomar decisiones sobre mejoras a aplicar.

Contenidos

Conceptos

- ◆ Introducción al análisis de estados contables.
 - ◆ Estudio de los estados contables.
 - ◆ Etapas del estudio.
 - ◆ Tipos de análisis de estados contables.
 - ◆ Técnicas y procedimientos de análisis contable: porcentajes, variaciones, representación gráfica y ratios.
- ◆ Análisis patrimonial: estructura y equilibrio patrimonial.
 - ◆ Estructura y composición del balance.
 - ◆ Estudio de la estructura económico-financiera del balance.
 - ◆ El fondo de maniobra.
 - ◆ Situaciones patrimoniales.

Procedimientos

- ◆ Interpretación de la información recogida en el balance de la empresa.
- ◆ Determinación de las masas patrimoniales que forman el balance.
- ◆ Cálculo de los porcentajes de importancia relativa de las masas patrimoniales.
- ◆ Cálculo de los porcentajes de variación de las masas patrimoniales por diferentes periodos.
- ◆ Representación gráfica del balance mediante masas patrimoniales de activo y de pasivo.
- ◆ Cálculo, comparación e interpretación del fondo de maniobra.
- ◆ Utilización de las herramientas analíticas para determinar la situación patrimonial de la empresa.

Actitudes

- ◆ Interés por aplicar, de forma ordenada y cuidada, las técnicas de estudio y de análisis de balances.
- ◆ Voluntad para realizar cálculos y registros correctos y verdaderos.
- ◆ Interés por identificar las diferentes situaciones patrimoniales de una empresa.

- ♦ Interés por proponer mejoras que solucionen los problemas de equilibrio patrimonial de una empresa.

Unidad 12: El análisis de los estados financieros de la empresa II

Objetivos didácticos

- ♦ Analizar la solvencia y la liquidez de la empresa y estudiar las variables que les afectan.
- ♦ Determinar la situación financiera de la empresa y las garantías que aporta para asegurar el cumplimiento de las obligaciones financieras de la empresa.
- ♦ Estudiar la composición de la cuenta de resultados de la empresa y los aspectos mejorables.
- ♦ Calcular y comparar la rentabilidad de la empresa y analizar sus componentes.
- ♦ Manifiestar iniciativa personal, capacidad de organización y eficiencia en los trabajos y tareas realizados individual y colectivamente, aportando ideas, tomando decisiones y valorando el trabajo bien hecho.
- ♦ Habituarse a hacer consultas bibliográficas, documentales o personales con tal de aclarar o solucionar problemas y transmitir las respuestas de manera inteligible, utilizando un vocabulario técnico adecuado.

Contenidos

Conceptos

- ♦ Análisis financiero: ratios financieros y el cuadro de financiación anual.
 - ♦ Financiación, endeudamiento y exigibilidad de las deudas.
 - ♦ El estado de origen y aplicación de fondos (EOAF).
 - ♦ La relación con el fondo de maniobra.
 - ♦ Los ratios financieros.
 - ♦ La tesorería de la empresa y el flujo de caja (*cash-flow*).
- ♦ Análisis económico: estudio de los resultados y de la rentabilidad.
 - ♦ Presentación de la cuenta de pérdidas y ganancias.
 - ♦ Técnicas de estudio de los resultados de la empresa.

- ◆ Análisis de la rentabilidad de la empresa: rentabilidad económica y rentabilidad financiera.
- ◆ Apalancamiento y endeudamiento.

Procedimientos

- ◆ Identificación de las fuentes de financiación de la empresa.
- ◆ Cálculo de los ratios financieros en referencia a la solvencia y a la liquidez.
- ◆ Análisis y comparación de los resultados de los ratios para diferentes periodos o para diferentes empresas.
- ◆ Cálculo y formulación del cuadro de financiación anual (EOAF).
- ◆ Cálculo del fondo de maniobra y de su variación a partir del EOAF.
- ◆ Cálculo del flujo de caja de la empresa para un periodo determinado.
- ◆ Interpretación de la información recogida en la cuenta de resultados.
- ◆ Cálculo y desagregación de los componentes de la cuenta de resultados.
- ◆ Cálculo de los indicadores del resultado de la empresa: margen bruto, BAII, BAI y beneficio neto.
- ◆ Cálculo de la rentabilidad financiera y de la rentabilidad económica y desagregación de sus componentes.
- ◆ Análisis y comparación del apalancamiento y sus efectos.

Actitudes

- ◆ Interés por aplicar, de forma ordenada y cuidada, las técnicas de los ratios y del estudio y análisis de los resultados de la empresa.
- ◆ Voluntad por realizar cálculos y registros correctos y verdaderos.
- ◆ Interés por observar la aplicación práctica de los conceptos de solvencia y liquidez.
- ◆ Interés por proponer mejoras que solucionen los problemas financieros de una empresa.
- ◆ Interés por identificar los diferentes componentes de los resultados de una empresa.
- ◆ Interés por estudiar los componentes de la rentabilidad (económica o financiera) y por proponer mejoras.

Unidad 13: El proyecto empresarial

Objetivos didácticos

- ◆ Estudiar las variables que determinan el proyecto de iniciativa empresarial.
- ◆ Planificar todo el proceso de creación de una empresa.
- ◆ Redactar la memoria del proyecto de iniciativa empresarial para una simulación verdadera.
- ◆ Manifiestar iniciativa personal, capacidad de organización y eficiencia en los trabajos y tareas realizadas individual y colectivamente, aportando ideas, tomando decisiones y valorando el trabajo bien hecho.
- ◆ Habitarse a hacer consultas bibliográficas, documentales o personales para aclarar dudas o solucionar problemas y transmitir las respuestas de manera inteligible, utilizando un vocabulario técnico adecuado.

Contenidos

Conceptos

- ◆ La creación de una empresa: el proyecto de iniciativa empresarial.
 - ◆ La creación de una empresa.
 - ◆ Las variables de la iniciativa empresarial.
 - ◆ El proceso de creación de una empresa.
- ◆ La viabilidad del proyecto empresarial.
 - ◆ Viabilidad comercial: estudio de mercado, análisis DAFO y plan de marketing.
 - ◆ Viabilidad económica: el umbral de rentabilidad.
 - ◆ Viabilidad financiera: el VAN y la TIR.
 - ◆ Otras viabilidades.
- ◆ La memoria del proyecto empresarial.
- ◆ La constitución formal de la empresa.
- ◆ Elección de la forma jurídica.
- ◆ Los trámites documentales.

Procedimientos

- ◆ Recogida, análisis y evaluación de ideas de negocio.
- ◆ Observación y comparación de las características diferenciadoras de los diferentes proyectos de iniciativa empresarial.
- ◆ Simulación y determinación del plan de creación de una empresa.
- ◆ Cálculo y análisis de un estudio de viabilidad general de un proyecto de iniciativa empresarial.
- ◆ Simulación y estudio de los trámites documentales necesarios para la creación de una empresa.
- ◆ Confección de una memoria de un proyecto simulado de iniciativa empresarial.

Actitudes

- ◆ Conciencia de la importancia económica, social, cultural, etc. de la empresa.
- ◆ Interés para identificar las variables del proyecto empresarial.
- ◆ Voluntad e interés para proponer ideas de negocio.
- ◆ Conocimiento de los riesgos inherentes a la práctica empresarial.
- ◆ Voluntad para realizar cálculos y registros correctos y verdaderos.

TEMPORALIZACION

Cada Unidad se desarrolla en unas sesiones lectivas –incluyendo en este tiempo las horas que se dedican a controles escritos o de evaluación–. Se da, de una forma orientativa, las sesiones que se pueden dedicar a cada una:

<i>Unidades</i>	<i>N.º de sesiones</i>
1. La empresa y el entorno	10
2. Legislación mercantil y fiscal	4
3. Formas jurídicas de empresas	10
4. La organización interna de la empresa	12
5. Área de aprovisionamiento	4
6. Área de producción	12
7. Área comercial. El marketing	10
8. Área de recursos humanos	7
9. Área de financiación e inversión	12
10. Los estados financieros de la empresa	11
11. El análisis de los estados financieros de la empresa I	12
12. El análisis de los estados financieros de la empresa II	10
13. El proyecto empresarial	6
TOTAL	120