

**PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA 2023/24**  
**EMPRESA Y DISEÑO DE MODELO DE NEGOCIO (2º BACHILLERATO)**

**Descripción del departamento didáctico.**

En el IES Ciudad de Hércules el profesor de Economía se integra en el departamento didáctico de Geografía e Historia.

En el curso 2023/24 este departamento está formado por ocho profesores de la especialidad de Geografía e Historia, un profesor de la especialidad de Filosofía y un profesor de la especialidad de Economía.

Las materias asignadas al departamento propias de la especialidad de Economía son:

- FOPL (4º ESO)
- Economía y emprendimiento (4º ESO)
- Cultura emprendedora y empresarial (1º Bachillerato)
- Economía (1º Bachillerato)
- Empresa y diseño de modelo de negocio (2º Bachillerato)

FOPL Y CEE serán impartidas por un profesor de Geografía e Historia, dado que no caben en el horario del único profesor de Economía.

**Marco legislativo.**

- Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación,
- Real Decreto 243/2022, de 5 de abril, por el que se establecen la ordenación y las enseñanzas mínimas del Bachillerato.
- Decreto 103/2023, de 9 de mayo, por el que se establece la ordenación y el currículo de la etapa de Bachillerato en la Comunidad Autónoma de Andalucía .
- Orden de 30 de mayo de 2023, por la que se desarrolla el currículo correspondiente a la etapa de Bachillerato en la Comunidad Autónoma de Andalucía, se regulan determinados aspectos de la atención a la diversidad y a las diferencias individuales y se establece la ordenación de la evaluación del proceso de aprendizaje del alumnado.

## **Contextualización**

Nuestro Instituto se sitúa en una barriada urbana de trabajadores principalmente del sector servicios y trabajadores relacionados con la construcción.. La población que atiende el centro es de extracción social media, habiendo una gran diversidad dada la gran amplitud urbana que abarca nuestra área de influencia, comprendiendo desde las proximidades del Instituto hasta la parte más lejana del Novo Sancti-Petri.

En la actualidad, el área de influencia está variando, pues el alumnado de las zonas más lejanas de la playa, al ser escolarizado en el CEIP La Barrosa, ha pasado a ser Centro adscrito del Pablo Ruiz Picasso. A pesar de ello, nuestro alumnado de los cursos superiores de la educación secundaria obligatoria y del bachillerato sigue proviniendo de la misma zona de influencia. La mayoría de las familias tienen estudios primarios o secundarios, siendo minoría los que poseen titulación superior.

El absentismo y la impuntualidad escolar sin ser un problema alarmante; se nos muestra pertinaz en determinados casos. Creemos que con un programa firme para su erradicación se conseguirán mejoras sustanciales, por ello creemos importante seguir en la línea adoptada en cursos anteriores en lo referente al acceso al Centro. También nos parece importante el programa de colaboración iniciado con la Delegación de Educación del Ayuntamiento de Chiclana, mediante el cual, una serie de alumnos/as en situación de riesgo de absentismo pueden iniciar un programa educativo más acorde con sus apetencias, lo que puede ser positivo para la convivencia general del Centro y para los propios alumnos/as y sus familias.

Tal como se recoge en nuestro Plan de Centro trataremos de que el rendimiento académico del alumnado aumente mediante el trabajo colaborativo de todos: padres, madres y profesorado; logrando establecer unos objetivos claros, únicos y compartirlos en la acción tutorial y en el trabajo diario.

En concordancia con nuestro Plan de Centro, nos proponemos los siguientes fines educativos:

- Potenciar una educación integral, desarrollando la personalidad, hábitos intelectuales, técnicas de trabajo, conocimientos técnicos, humanísticos, así como fomentando las capacidades creativas y el espíritu crítico.
- Desarrollar las capacidades del alumno como forma de alcanzar sus propios niveles de autonomía y libertad como miembro de la sociedad en la que vive.
- Establecer unas normas de convivencia claras y asumidas por todos.
- Que nadie sea discriminado por razones sociales, personales, ideológicas, religiosas o raciales y de sexo.

- Fomentar hábitos de comportamiento democrático que desarrollen el respeto hacia los demás y la igualdad en la convivencia.

Tenemos una estrecha relación con el entorno, fomentando en nuestro alumnado hábitos de respeto, defensa y cuidado del medio ambiente, fomentando la conciencia medioambiental y el reciclado.

Aprovechamos las distintas fuentes de información como instrumento de apoyo a la escuela, tales como: biblioteca de centro, trabajo con prensa, medios audiovisuales, de comunicación e informáticos.

Defendemos como actitud de vida los derechos humanos, el compromiso con la paz y la toma de conciencia en el respeto del mundo natural.

Nos declaramos aconfesionales como Centro público, respetando las creencias personales tanto de profesores/as como de padres/madres, alumnos/as y personal no docente.

Implicar a los padres y madres, en la medida de sus posibilidades y desde su propio papel, en el proceso educativo que sus hijos e hijas siguen en el Centro.

Favorecer la atención a la diversidad en el alumnado.

En el proceso de enseñanza-aprendizaje:

Respecto a los métodos de enseñanza, pensamos que deben ser flexibles, abiertos a las nuevas situaciones que presentan la vida de los alumnos/as y las circunstancias que obliguen a adecuar los contenidos y metodologías cuando sea necesario.

En nuestras programaciones, adaptamos y tenemos en cuenta las distintas tecnologías, para provocar un aprendizaje más diversificado y motivador.

Potenciamos en nuestros alumnos/as la capacidad de comprender y expresarse creativamente en las distintas formas de lenguaje: verbal, escrito, plástico, dinámico, corporal, audiovisual y musical.

El mundo de la empresa está presente a diario en los medios de comunicación, forma parte de la vida de millones de personas y repercute en todos los hogares. El conocimiento sobre la empresa es un paso esencial para entender el funcionamiento del conjunto de la economía, por la interrelación que existe entre la empresa y el entorno en el que lleva a cabo su actividad.

La materia de Empresa y Diseño de Modelos de Negocio tiene como **finalidad** que el alumnado estudie y analice las respuestas a los problemas que se plantean en el seno de las empresas y conozca, a su vez, sus nuevas formas de administración y gestión, con un enfoque actualizado y, sobre todo, adaptado a la realidad, considerando que la innovación es un factor clave de su actividad y que, en muchos casos, determina su supervivencia.

Esta materia persigue dos **objetivos**: aproximar al alumnado al conocimiento de la empresa como catalizador del desarrollo económico, destacando la innovación como un aspecto fundamental de la actividad empresarial e integrando los valores

propios de la responsabilidad social corporativa; y fomentar una cultura emprendedora que potencie la creatividad y el espíritu de innovación, la reflexión crítica y la toma de decisiones fundamentadas para diseñar un modelo de negocio y analizar su posible viabilidad.

La materia aporta competencias que permiten comprender el funcionamiento de las empresas, las oportunidades sociales y económicas, así como las dificultades a las que se enfrentan, además de elementos relacionados con la reflexión crítica y constructiva y la propuesta de soluciones a problemas y retos contemporáneos.

Las **competencias específicas** tratan, en primer lugar, sobre la importancia que la actividad empresarial y el emprendimiento tienen en la transformación social. En segundo lugar, sobre el conocimiento del entorno para determinar las interrelaciones entre este y las empresas. En tercer lugar, sobre el funcionamiento y estructura interna de las empresas y la propuesta de nuevos modelos de negocio. En cuarto lugar, sobre la utilización de herramientas innovadoras y la valoración del uso de estrategias comunicativas por parte de las empresas. Por último, sobre la evaluación del modelo de negocio planteado, utilizando herramientas de análisis empresarial, para obtener conclusiones sobre su viabilidad. Lo aprendido a lo largo del proceso realizado ofrece al alumnado los conocimientos, habilidades y destrezas necesarios para poder redactar y presentar un plan de empresa básico.

Los **saberes básicos** se organizan en cuatro bloques. El primero, «**La empresa y su entorno**», se centra en conocer el origen de un proyecto empresarial: la persona que arriesga y lleva a cabo la actividad, dentro de un contexto de responsabilidad social, de igualdad e inclusión, teniendo en cuenta el entorno, y siendo consciente de las tendencias cambiantes y de la importancia de poner el foco en la innovación como factor clave. El segundo bloque, «**El modelo de negocio y de gestión**», se orienta al análisis de las diferentes áreas funcionales de la empresa, enmarcadas bajo el concepto de modelo de negocio, que comprenden los ejes fundamentales que sustentan cualquier empresa (desde posturas más tradicionales a otras más innovadoras). Incluye el estudio de patrones de modelos de negocio y se dirige a ofrecer al alumnado ejemplos vigentes que pueden servir como fuente inspiradora para otras propuestas que generen valor y se adapten a nuevos contextos. El tercero, «**Herramientas para innovar en modelos de negocio y gestión**», presenta al alumnado aquellos recursos y herramientas que ofrecen mayores posibilidades creativas y de innovación y que pueden ser aplicados en las diferentes fases del proceso. Por último, el cuarto bloque, «**Estrategia empresarial y métodos de análisis de la realidad empresarial: estudio de casos y simulación**», se vincula a aquellos saberes que permiten aplicar herramientas de análisis empresarial para determinar la viabilidad del proyecto; incluye, asimismo, el análisis de las cuentas anuales, con la finalidad de redactar un plan de empresa básico dentro de un contexto determinado.

Finalmente, se plantea el enfoque de esta materia desde una perspectiva teórico-práctica, a través de la propuesta de situaciones de aprendizaje con un modelo de negocio que permita abordar los diferentes bloques de saberes, ponerlos en práctica y comprender todo el proceso llevado a cabo para evaluar la viabilidad del modelo.

De esta forma, tras una investigación sobre los ejes que sustentan el modelo de negocio de una empresa y el debate de cuestiones relativas a la responsabilidad social corporativa, utilizando las diferentes herramientas recogidas en los saberes de esta materia. A partir de ahí, se valida el modelo de negocio, valorando su viabilidad y se proponen soluciones a los desequilibrios encontrados. De este modo, el alumnado se convierte en el protagonista del proceso de toma de decisiones y dispondrá de la información necesaria para redactar y comunicar un plan de empresa básico.

## COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

**Analizar la actividad empresarial y emprendedora, reconociendo el poder de transformación que ejercen en la sociedad y reflexionando sobre el valor de la innovación y la digitalización en este proceso, para comprender el papel que desempeñan dentro del funcionamiento global de la economía actual.**

Entender la realidad desde una perspectiva económica es fundamental para comprender mejor nuestra sociedad, por eso es importante para el alumnado conocer el papel que las personas emprendedoras y las empresas tienen como elementos transformadores del contexto actual, el cual se caracteriza por su gran dinamismo y por la rápida incorporación de las nuevas tecnologías y sus múltiples aplicaciones. Todo ello está cambiando, no solo la estructura productiva global, sino también la estructura económica y la sociedad en su conjunto, lo cual convierte la innovación en un elemento crucial para cualquier empresa.

Si el alumnado es capaz de comprender lo que ocurre a su alrededor, podrá tomar decisiones que le permitan mejorar tanto su vida como la sociedad en la que se integra.

Esta competencia específica se conecta con los siguientes descriptores: CCL2, CD2, CD5, CPSAA1.2, CPSAA4, CC1, CE1, CE2.

**Investigar el entorno económico y social y su influencia en la actividad empresarial, analizando las interrelaciones empresas-entorno e identificando estrategias viables que partan de criterios de responsabilidad social corporativa, la igualdad y la inclusión, para valorar la capacidad de adaptación de las empresas.**

El análisis de la realidad, desde una perspectiva económica y social, permite que el alumnado tome conciencia, por un lado, de los efectos del entorno sobre la empresa, y, por otro, de las consecuencias del funcionamiento empresarial sobre la propia sociedad o el ambiente, entre otros aspectos, incidiendo en el caso andaluz.

Las empresas no son organizaciones ajenas a lo que sucede en la sociedad, por ello es imprescindible comprender cómo los elementos, tanto del entorno general como del específico, van a influir en las decisiones que adopten.

Despertar la curiosidad y tener una visión abierta sobre la realidad es el punto de partida para la investigación del entorno socioeconómico. Este conocimiento permitirá al alumnado identificar problemas a resolver y proponer soluciones empresariales que

incrementen el bienestar social, considerando que estas soluciones pueden producir agotamiento de recursos, precariedad, desigualdad y otros desajustes. Por ello es fundamental que el alumnado sepa valorar el esfuerzo que realizan aquellas empresas que alinean sus objetivos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), integrando la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) que contribuya a disminuir estos desajustes y que sea capaz de generar una propuesta de valor que contribuya a alcanzar una sociedad más equitativa y sostenible, sin dejar por ello de adaptarse con rapidez al entorno y a las necesidades de los consumidores.

Esta competencia específica se conecta con los siguientes descriptores: CCL2, CCL3, STEM4, CD1, CPSAA2, CPSAA5, CC4, CE1, CCEC2.

**Reconocer y comprender las características y actividades de las áreas funcionales y de las estructuras organizativas de los modelos de negocio actuales, comparándolos con otros modelos tradicionales y aplicando estrategias y herramientas que faciliten el diseño creativo para proponer modelos de negocio que aporten valor, permitan satisfacer necesidades y contribuir al bienestar económico y social.**

En la actualidad las empresas, desde las más tradicionales hasta las más tecnológicas, conviven en entornos dinámicos. Estos se caracterizan por la rapidez con la que suceden los cambios y la complejidad de los problemas a afrontar, lo que genera una enorme incertidumbre sobre el futuro, y provoca un gran impacto en las decisiones estratégicas de las empresas y en las actividades de todas sus áreas funcionales.

Los nuevos modelos de negocio, como por ejemplo, long tail, freemium, multiplataforma y app, permiten que las empresas se enfrenten a estos entornos y actúen con agilidad. El alumnado debe conocer estos modelos y ser capaz de proponer y diseñar otros nuevos con creatividad y espíritu innovador.

Para generar modelos de negocio, se propone el uso de la herramienta del lienzo CANVAS, con la que el alumnado elaborará su propuesta de valor, pero también las actividades, los recursos y las asociaciones clave, así como los canales y las relaciones con clientes, la estructura de costes y las fuentes de ingresos. Junto a esta herramienta pueden trabajarse otras complementarias como, por ejemplo, el mapa de empatía de clientes y el pensamiento visual, entre otras.

Las empresas en la actualidad plantean como objetivos la generación de valor, renta y riqueza y, a la vez, la innovación y el afán de mejora continua y de adaptación al entorno; pero también satisfacer las necesidades e incrementar el bienestar social. Es necesario que el alumnado entienda que esta dualidad es complementaria desde el punto de vista empresarial.

Esta competencia específica se conecta con los siguientes descriptores: CCL2, CCL3, STEM2, STEM4, CPSAA4, CC3, CE1, CE2, CE3.

**Valorar y seleccionar estrategias comunicativas de aplicación al mundo empresarial, utilizando nuevas fórmulas y obteniendo la información que se genera tanto en el ámbito interno como externo de la empresa, para gestionar eficazmente la**

## **información necesaria en el proceso de toma de decisiones y su correcta transmisión.**

La obtención de información en cualquier proceso de decisión y la comunicación eficaz son esenciales para lograr objetivos en cualquier ámbito. De manera concreta, se observa en el ámbito empresarial, donde el flujo de información es utilizado tanto por la empresa como por el resto de los agentes que se relacionan con la misma. Todo esto se lleva a cabo a través del uso de estrategias comunicativas, aplicables al mundo empresarial y muy ligadas a las nuevas tecnologías. Relacionado con lo anterior, el alumnado debe conocer estrategias de comunicación eficaces y ágiles en la gestión e intercambio de información entre la empresa y los agentes de su entorno, así como saber aplicar diferentes herramientas comunicativas, como la narración de historias o storytelling y el discurso en el ascensor o elevator speech o elevator pitch. En este proceso es esencial que el alumnado desarrolle una actitud cooperativa y respetuosa en su manera de comunicarse, aprenda a argumentar, a escuchar y a transmitir de forma eficaz lo que pretende dar a conocer.

Por último, la globalización económica propia del siglo XXI implica que las empresas estén cada día más internacionalizadas y se comuniquen, por tanto, con mayor frecuencia utilizando otras lenguas. Para ello es fundamental que el alumnado aprenda y ejercite el uso de distintas lenguas para comunicarse con corrección y autonomía en diferentes situaciones.

Esta competencia específica se conecta con los siguientes descriptores: CCL1, CCL3, CP1, CP2, CD3, CPSAA4, CE2.

Realizar el análisis previsional del modelo de negocio diseñado, aplicando las herramientas de análisis empresarial necesarias para comprender todo el proceso llevado a cabo y validar la propuesta del modelo de negocio.

Las distintas herramientas de análisis empresarial aplicadas en diferentes momentos del proceso permiten obtener información para validar la propuesta del modelo de negocio, en particular, en el contexto andaluz. La validación se ha de hacer en un escenario simulado concreto, ofreciendo al alumnado una visión global de todo el proceso y, al mismo tiempo, permitiendo la rectificación o replanteamiento de cualquier decisión adoptada hasta el momento en cada una de las áreas funcionales.

Toda la información obtenida, las decisiones tomadas, incluyendo la justificación de las mismas, y los resultados de las herramientas de análisis utilizadas suponen la base para que el alumnado confeccione un plan de negocio básico. De este modo, el objetivo va encaminado a que el alumnado empatee y se ponga en lugar de la persona emprendedora, adquiera una perspectiva integral de todo el proceso llevado a cabo y aprenda tanto de los aciertos como de los errores.

Esta competencia específica se conecta con los siguientes descriptores: CD2, CD3, CPSAA1.1, CPSAA5, CE1, CE2, CE3.

## **SABERES BÁSICOS**

### **La empresa y su entorno.**

EYDI.2.A.1. El empresario o la empresaria. Teorías sobre la explicación de sus funciones sociales. El emprendedor y la emprendedora. Perfiles.

EYDI.2.A.2. La empresa: concepto, elementos, objetivos y funciones. Clasificación. Localización y dimensión de la empresa. Estrategias de crecimiento. PYMES y multinacionales: características, ventajas e inconvenientes. Marco jurídico que regula la actividad empresarial: el Código de Comercio y leyes sobre sociedades de capital. El Estatuto de los Trabajadores.

EYDI.2.A.3. El entorno empresarial. Responsabilidad social corporativa. Mujer y emprendimiento. Inclusión y emprendimiento.

EYDI.2.A.4. La empresa, digitalización e innovación. I+D+I. Teorías de la innovación. Tipos de innovación. Tendencias emergentes. Estrategias de innovación.

### **El modelo de negocio y de gestión.**

EYDI.2.B.1. Empresa y modelo de negocio. Planificación estratégica. Dirección y liderazgo. Estructuras organizativas. Comunicación: modalidades y recursos digitales. Cultura de empresa. Resolución de conflictos.

EYDI.2.B.2. La función comercial. Investigación de mercados. Segmento de clientes. La propuesta de valor. Producto, precios, canales y promoción. Relaciones con clientes. Fuentes de ingresos. Estrategias de marketing. La digitalización de la función comercial.

EYDI.2.B.3. La función productiva. Proceso productivo. Eficiencia: técnica y económica. Productividades media y global. Cadena de valor y actividades clave. Recursos clave. Asociaciones clave. Estructura de costes: clasificación, cálculo y representación de costes, beneficios y decisiones de producir o comprar. La calidad. Modelos de gestión y métodos de valoración de inventario. PMP y FIFO. Economías de escala.

EYDI.2.B.4. La gestión de los recursos humanos: reclutamiento, selección y evaluación. La motivación, formación y funcionamiento de equipos ágiles. Las habilidades que demanda el mercado de trabajo. La contratación y las relaciones laborales de la empresa. Las políticas de igualdad y de inclusión en las empresas. Elementos básicos de las nóminas.

EYDI.2.B.5. La función financiera. Estructura económica y financiera. Inversión: definición y tipos. Valoración y selección de inversiones: plazo de recuperación, VAN y TIR. Recursos financieros. Análisis de fuentes alternativas de financiación interna y externa. Instrumentos de financiación a corto y a largo plazo. Autofinanciación.

EYDI.2.B.6. La información en la empresa: obligaciones contables. Composición y valoración del patrimonio. Cuentas anuales e imagen fiel. Elaboración e interpretación de balance y cuenta de pérdidas y ganancias. El Plan General Contable. Cálculo de los beneficios empresariales. EBITDA.



## **Herramientas para innovar en modelos de negocio y de gestión.**

EYDI.2.C.1. El lienzo de modelo de negocio y de gestión: concepto, áreas, bloques, utilidad y patrones de modelos de negocio.

EYDI.2.C.2. El punto de vista de los clientes: mapa de empatía. Análisis de las necesidades. Neuromarketing. Nuevas tendencias en la promoción de productos. La competencia y nichos de mercado. Estrategias de segmentación. Posicionamiento en el mercado.

EYDI.2.C.3. La creatividad aplicada al diseño de modelo de negocio y de gestión. El proceso de creatividad: divergencia y convergencia. Dinámicas de generación de nuevas ideas de modelos de negocio.

EYDI.2.C.4. Las herramientas de organización de ideas: Pensamiento Visual o Visual Thinking. Capacidad de síntesis. Ideación. Comunicación: modalidades y recursos digitales. Otras herramientas para innovar en modelos de negocio y de gestión.

EYDI.2.C.5. El prototipado: concepto y utilidad. Posibilidades de prototipado: bienes, servicios y aplicaciones. Análisis de resultados.

EYDI.2.C.6. Las herramientas de presentación de un proyecto o de una idea. Metodología: narración de historias o storytelling y el discurso en el ascensor o elevator speech o elevator pitch. Otras metodologías.

EYDI.2.C.7. Los escenarios: exploración de ideas, escenarios futuros y nuevos modelos de negocio. Otras herramientas para innovar en modelos de negocio y de gestión.

## **Estrategia empresarial y métodos de análisis de la realidad empresarial: estudio de casos y simulación.**

EYDI.2.D.1. El entorno del modelo de negocio. Previsión: tendencias clave. Macroeconomía: variables macroeconómicas. Competencia: fuerzas competitivas de Porter y ventajas competitivas. Modelos de mercado.

EYDI.2.D.2. La evaluación previa de modelos de negocio: análisis DAFO, análisis previsional de ingresos y costes, cálculo, representación e interpretación del umbral de rentabilidad. Producir o comprar. Subcontratación de servicios por la empresa.

EYDI.2.D.3. La validación del modelo de negocio. Lean Startup. Desarrollo de clientes. Desarrollo de producto ágil.

EYDI.2.D.4. La protección de la idea, del producto y de la marca. Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM). Oficina Europea de Patentes (OEP), European Union Intellectual Property Office (EUIPO) y Organización Mundial de la Propiedad (OMPI).

EYDI.2.D.5. La toma de decisiones. Estrategias. Simulación en hoja de cálculo. Redacción de un plan de negocios básico.

EYDI.2.D.6. El análisis de resultados: estudio de mercado, análisis e interpretación de la información contable y análisis de estados financieros: fondo de maniobra y ratios.

Situaciones y equilibrios patrimoniales. Rentabilidades económica y financiera. Periodos medios de maduración.

### **TEMPORALIZACIÓN**

En principio y, salvo que la ponencia de EVAU facilite información relevante, dado el extenso temario de las materias de segundo de bachillerato y teniendo en cuenta que el objetivo principal es la preparación del alumnado para la prueba EVAU:

- Primer trimestre: Constitución, desarrollo y dirección empresarial
- Segundo trimestre: Producción, marketing y financiación
- Tercer trimestre: Contabilidad y preparación EVAU

### **TEMAS TRANSVERSALES**

En Bachillerato, serán la integración y la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación, el desarrollo sostenible y el medio ambiente, el funcionamiento del medio físico y natural y la repercusión que sobre el mismo tienen las actividades humanas, el agotamiento de los recursos naturales, la superpoblación, la contaminación o el calentamiento de la Tierra, el cuidado y la especial atención al alumnado con necesidad específica de apoyo educativo, el patrimonio cultural y natural de nuestra comunidad y se favorecerá la resolución pacífica de conflictos y modelos de convivencia basados en la diversidad, la tolerancia y el respeto a la igualdad de derechos y oportunidades de mujeres y hombres, todos ellos regulados en el artículo 6 del Decreto 103/2023, de 9 de mayo.

Especial atención tendrá el desarrollo de la comunicación lingüística, por lo que las programaciones didácticas de todas las materias incluirán actividades y tareas para el desarrollo de la competencia en comunicación lingüística, incluyendo actividades que estimulen el interés y el hábito de la lectura, la prácticas de la expresión escrita y la capacidad de expresarse correctamente en público. (En nuestro caso mediante la confección de preguntas de desarrollo EVAU, así como posibles exposiciones de profundización e intervenciones en clase. Por ejemplo se recomienda la lectura y exposición de algún capítulo de “La empresa según Homer Simpson”.)

### **CRITERIOS METODOLÓGICOS**

Las estrategias metodológicas aplicadas en el aula ofrecen una selección que integra estilos, estrategias y técnicas de enseñanza, tipos de agrupamientos y formas de organización del espacio y el tiempo, a fin de que el diseño y puesta en práctica de las

situaciones de aprendizaje permiten al alumnado movilizar los saberes básicos y alcanzar el correcto desarrollo de las competencias específicas y clave, siempre de manera inclusiva.

Se favorece la integración y la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación, se potencia el Diseño Universal para el Aprendizaje (DUA) con objeto de garantizar una efectiva educación inclusiva, permitiendo el acceso al currículo a todo el alumnado, se dedica un tiempo del horario lectivo a la realización de proyectos significativos para el alumnado (por ejemplo profundización opcional sobre estrategias de China para “dominar” el mundo), así como a la resolución colaborativa de problemas, reforzando la autoestima, la autonomía, el emprendimiento, la reflexión y la responsabilidad del alumnado (estudio colaborativo entre discentes). Además, se desarrollarán actividades para profundizar en las habilidades y métodos de recopilación, de sistematización y de presentación de la información, para aplicar procesos de análisis, de observación y de experimentación, mejorando habilidades de cálculo (selección de inversiones, producción y contabilidad) y desarrollando la capacidad de resolución de problemas, fortaleciendo así habilidades y destrezas de razonamiento matemático.

Todo esto, se integra en estrategias metodológicas que permiten desarrollar y asentar progresivamente las bases que facilitan a cada alumno o alumna una adecuada adquisición de las competencias clave.

La planificación y propuesta de las estrategias metodológicas están determinadas en gran medida por el carácter propedéutico y terminal de la materia.

- Presentaciones
- Manuales recomendados (biblioteca instituto)
- Noticias de prensa u otros medios de comunicación, páginas web
- Investigaciones profundización
- Confección de preguntas PEVAU

Por ello, en la elección de los métodos didácticos se tendrán presentes las características socioeconómicas y culturales de mayor actualidad en el entorno productivo local, andaluz, español, europeo y global de modo que los procesos de enseñanza- aprendizaje sean motivadores y estén contextualizados en referencias a empresas y situaciones que resulten familiares al alumnado. dado que el objetivo fundamental de la materia es abordar el análisis de la empresa, estudiar sus elementos internos y la continua interrelación con el entorno, las tareas basadas en casos reales de empresas conocidas por el alumnado, así como las actividades de indagación e investigación por parte de los y las estudiantes sobre los aspectos más relevantes del tejido empresarial que conforma su entorno más cercano, posibilitarán adoptar metodologías activas que se apoyen en todos estos recursos y se encuentren adecuadamente contextualizadas tanto a la realidad del aula como al entorno del

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

La materia economía de la empresa aborda el proceso de toma de decisiones tanto desde el punto de vista de la organización general de la empresa, como desde cada una de las áreas funcionales que la componen. Las tareas de tipo cooperativo y grupal permitirán al alumnado reconocer, valorar y defender de forma científicamente fundamentada y racional las distintas posiciones y opciones que se den ante la resolución de situaciones relacionadas con el proceso de toma de decisiones en el mundo de la empresa. La integración de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el desarrollo de las distintas tareas propuestas permitirá la consecución de conocimientos, habilidades y actitudes relacionadas con el entorno digital a partir de la obtención de datos, su tratamiento, la resolución mediante cálculos matemáticos y representaciones gráficas de problemas o la exposición pública de trabajos de investigación individuales y grupales.

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

## EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN

1. La evaluación del proceso de aprendizaje del alumnado será **continua, competencial, formativa, integradora, diferenciada y objetiva**, según las distintas materias del currículo y será un instrumento para la mejora tanto de los procesos de enseñanza como de los procesos de aprendizaje. A través de los criterios de evaluación se medirá el grado de consecución de las competencias específicas.

2. La evaluación será **integradora** por tener en consideración la totalidad de los elementos que constituyen el currículo. En la evaluación del proceso de aprendizaje del

alumnado deberá tenerse en cuenta el grado de consecución de las competencias específicas a través de la superación de los criterios de evaluación que tienen asociados.

3. El carácter integrador de la evaluación no impedirá al profesorado realizar la evaluación de cada materia de manera diferenciada en función de los criterios de evaluación que, relacionados de manera directa con las competencias específicas, indicarán el grado de desarrollo de las mismas.

4. La evaluación será **continua** por estar inmersa en el proceso de enseñanza y aprendizaje y por tener en cuenta el progreso del alumnado, con el fin de detectar las dificultades en el momento en que se produzcan, averiguar sus causas y, en consecuencia, para adoptar las medidas necesarias dirigidas a garantizar la adquisición de las competencias clave que le permita continuar adecuadamente su proceso de aprendizaje.

## **INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN**

1. **Observación continuada** de la evolución del proceso de aprendizaje, en relación con los criterios de evaluación y el grado de desarrollo de las competencias específicas de cada materia.

2. **Los criterios de evaluación han de ser medibles**, por lo que se han de establecer mecanismos objetivos de observación de las acciones que describen.

3. Los mecanismos que garanticen la **objetividad** de la evaluación deberán ser concretados en las programaciones didácticas y ajustados de acuerdo con la evaluación inicial del alumnado y de su contexto.

Para la evaluación del alumnado se utilizarán diferentes **instrumentos** tales como cuestionarios, formularios, presentaciones, exposiciones orales, edición de documentos, pruebas, escalas de observación, rúbricas o portfolios, entre otros, coherentes con los criterios de evaluación y con las características específicas del alumnado garantizando así que la evaluación responde al principio de atención a la diversidad y a las diferencias individuales. Se fomentarán los procesos de coevaluación, evaluación entre iguales, así como la autoevaluación del alumnado, potenciando la capacidad del mismo para juzgar sus logros respecto a una tarea determinada.

La **evaluación inicial** del alumnado ha de ser competencial, basada en la observación y ha de tener como referente las competencias específicas de las materias que servirán de referencia para la toma de decisiones. Para ello, se tendrá en cuenta principalmente la observación diaria, así como otras herramientas. La evaluación inicial del alumnado en ningún caso consistirá exclusivamente en una prueba objetiva.

## CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Entendido que la finalidad de la materia tiene como objetivo prioritario obtener la mejor calificación posible en la prueba PEVAU, no puede ser de otra manera que los exámenes (fieles a la configuración propuesta por la ponencia) tengan una ponderación muy importante en la calificación final del alumnado.

No obstante, los criterios de evaluados serán complementados con el resto de instrumentos de evaluación utilizados durante el período académico.

## RECUPERACIÓN DE LA ASIGNATURA DE 1º DE BACHILLERATO

Según las directrices marcadas por el departamento de FEIE, el seguimiento del alumnado con la materia de Economía pendiente será mensual.

Consistirá en la realización de vídeos en los que el discente deberá demostrar su dominio teórico y práctico del contenido propuesto. A medida que vaya dominando los conceptos irá aprobándolos, teniendo que examinarse a final de curso de aquellos no superados.

Otras posibilidades para aprobar la materia son:

- Prueba escrita antes de Navidad.
- Prueba escrita durante el segundo trimestre.
- Exámenes PARCIALES programados para el alumnado de primero de bachillerato durante el período ordinario (las convocatorias de junio y septiembre quedan fuera del período de evaluación del curso 2º bachillerato)

## ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Se entiende por atención a la diversidad y a las diferencias individuales el conjunto de actuaciones y medidas educativas que garantizan la mejor respuesta a las necesidades y diferencias de todo el alumnado en un entorno inclusivo, ofreciendo oportunidades reales de aprendizaje en contextos educativos ordinarios.

Las medidas de atención a la diversidad y a las diferencias individuales podrán aplicarse a cualquier alumno o alumna que lo necesite, en cualquier momento de su escolaridad.

Los programas de atención a la diversidad se clasifican en programas de **refuerzo** y en programas de **profundización**, cada uno se ofrece a una tipología de alumnado diferente en función de sus necesidades. Estos programas siempre han de contener los elementos curriculares necesarios para que puedan ser evaluables. La superación o no de los programas será tenida en cuenta a los efectos de promoción y titulación.

En la práctica cotidiana se buscarán tiempos y espacios de coordinación entre el profesor de la materia y el departamento de orientación, ya que los horarios no los facilitan ni los incluyen.

### **MATERIAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD**

- Medidas grupales de apoyo entre discentes
- Actividades de apoyo y ayuda individualizada
- Actividades de profundización a nivel grupal e individual
- Técnicas cooperativas
- Cualquier otra propuesta por el departamento de orientación

---

### **MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS**

- Materiales realizados por el profesor
- 
- **Temario y diapositivas elaboradas por el professor**
- Manuales de consulta recomendados (en biblioteca)

Datos del INE y del SAE

Noticias de prensa u otros medios de comunicación

Páginas Web de contenido económico

Cañón para la proyección de presentaciones en power-point y vídeos

### **ACTIVIDADES QUE ESTIMULEN EL INTERÉS, HÁBITO A LA LECTURA Y LA PRÁCTICA DE LA EXPRESIÓN ESCRITA Y ORAL**

Completarán la calificación de la materia la lectura opcional de:

- **“La empresa según Homer Simpson”**, que se evaluará mediante visionado y exposición comentada de uno o dos capítulos de la serie.
- **“Marketing radical”**, de Sam Hill y Glenn Rifkin cuya evaluación consistirá en el análisis de uno de los casos prácticos del libro relacionándolo con el temario impartido en clase.

Además los alumnos/as deben consultar y manejar distintos manuales recomendados por el profesor para la preparación y ampliación de ciertos temas (las formas jurídicas por ejemplo).

## ACTIVIDADES EXTRAESCOLARES Y COMPLEMENTARIAS

<u>ACTIVIDAD</u>	<u>PROGRAMA</u>	<u>OBJETIVO</u>	<u>CONTENIDO</u>	<u>FECHA</u>
<b>Concurso Reporteros en la Red</b>	Los alumnos deberán realizar un artículo escrito o pieza audiovisual sobre un tema de educación financiera. Alumnos de 1ºBach y 2ºBach	Establecer y aplicar criterios económicos para la gestión de los ingresos y gastos personales utilizando instrumentos del sistema financiero y valorando la importancia de la planificación financiera a lo largo de la vida	La economía personal	MARZO
<b>Charla de D. Francisco Simancas, director de Cajamar en Écija</b>	Los alumn@s deberán tomar nota de los distintos productos financieros tratados, así como preguntar sus inquietudes dentro del sector bancario	Completar el temario de primera mano con un profesional en activo, acercando así la realidad al ámbito académico	Productos financieros para PYMES	MAYO

Por su relación con el currículo, en caso de concertar visitas a empresas estarán dirigidas especialmente a alumnas/os de segundo de bachillerato, con el objetivo de acercar la teoría de organización y planificación a la realidad empresarial de Cádiz, así como a los de EMPRENDIMIENTO, con la intención de que descubran las interesantes iniciativas empresariales del entorno próximo.

Existe la posibilidad de coordinación con el departamento de Economía del IES Pablo Ruiz Picasso.



Cada una de las actividades se evaluará en hasta 1 punto en la evaluación en que se realice, dependiendo de la actitud e implicación del alumnado.

## **PROCEDIMIENTOS PARA EL SEGUIMIENTO DE LA PROGRAMACIÓN**

Al final de cada trimestre se hará un seguimiento del grado de cumplimiento de las programaciones didácticas, dejando constancia de los aspectos positivos y posibles propuestas de mejora. Se trabajará especialmente sobre la temporalización, las dificultades encontradas, los motivos de éstas y sus posibles soluciones.

Evaluación docente: El seguimiento de la programación incluirá decisiones de mejora del proceso de enseñanza-aprendizaje a través del análisis de las dificultades que se vayan detectando de manera continua. Entre otros instrumentos se usará el análisis DAFO de la materia y del docente como herramienta de reflexión y base de posibles modificaciones de metodología y situaciones de aprendizaje.