

ECONOMÍA DE LA EMPRESA

Plan de Estudios del Real Decreto 1467/2007, de 2 de noviembre (BOE de 6 de noviembre)

Contenidos

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.

2. Desarrollo de la empresa:

- Análisis de los factores de localización y dimensión de la empresa.
- Consideración de la importancia de las pequeñas y medianas empresas 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.

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.

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. Análisis y valoración de las relaciones entre producción y medio ambiente y de sus consecuencias para la sociedad.

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.

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.

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.

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.

Se pretende que los alumnos sepan 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.).

2. 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.

Se trata de comprobar que el alumno sabe qué es un sector empresarial y que 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.

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

Se pretende que se sepa caracterizar un mercado en función del número de competidores, del producto vendido, etc. y que, identificando las diferentes políticas de marketing, sepa adaptarlas a cada caso concreto. Igualmente se evalúa que se sepa interpretar y valorar estrategias de marketing, incorporando en esa valoración consideraciones de carácter ético, ambiental, etc.

4. 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.

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

Se pretende valorar si los alumnos la capacidad de diferenciar y estructurar los ingresos y costes generales de una empresa, determinando el beneficio o pérdida generado, así como el umbral de ventas necesario para su supervivencia.

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

La finalidad de este criterio es comprobar que 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.

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

Se pretende comprobar la capacidad para utilizar métodos diversos de selección de inversiones con objeto de resolver casos básicos.

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.

Se pretende comprobar que los alumnos y alumnas sepan 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 éstos.

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

Se pretende averiguar si son capaces de aplicar sus conocimientos tecnológicos al análisis y resolución de casos sencillos, valorando el rigor en el análisis e interpretación de la información.

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

Con este criterio se pretende valorar si se sabe aplicar con creatividad los contenidos de la materia a un sencillo proyecto empresarial, valorando sus dificultades, debilidades y oportunidades. Además, considerar la disposición al trabajo en equipo, la creatividad y la planificación y organización del trabajo, actitudes clave para que el emprendedor pueda abordar proyectos de creación de empresas.

Orden del Departamento de Educación, Cultura y Deporte, de 1 de julio de 2008 (BOA de 17 de julio)

Contenidos

1. La empresa

- La empresa y el empresario. Teorías sobre el empresario.
- Elementos de la empresa.
- Funciones y objetivos de la empresa. La creación de valor para el propietario y para la sociedad.
- Funcionamiento de la empresa. Áreas básicas.
- La responsabilidad social y medioambiental de la empresa.

2. Clases de Empresas

- Criterios de clasificación de empresas.
- Legislación aplicable a la empresa: mercantil, laboral y fiscal.
- Clasificación de las empresas según su forma jurídica.
- Análisis de las principales empresas y sectores económicos de la Comunidad autónoma de Aragón.

3. El entorno de la empresa

- El entorno de la empresa.
- Factores del entorno general. El entorno político, tecnológico, económico y social.
- Factores del entorno específico. Análisis Porter y DAFO.
- Estrategias competitivas.

4. Desarrollo de la empresa

- Análisis de los factores de localización y dimensión de la empresa.
- Estrategias de crecimiento interno y externo en la empresa.
- La importancia de las PYME y su estrategia de mercado. Casos prácticos de empresas aragonesas.
- La internacionalización, la competencia global y las tecnologías de la información y la comunicación.
- La empresa multinacional. Aspectos positivos y negativos.

5. La información en la empresa

- La obligación contable de la empresa.
- Concepto, composición y valoración del patrimonio.
- Las cuentas anuales y la imagen fiel.

- Elaboración del balance y la cuenta de pérdidas y ganancias.
- Análisis patrimonial, financiero y económico.

6. La función productiva

- El 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.
- Aprovisionamiento y costes de inventario.
- Gestión de inventarios. Concepto y tipos: modelo ABC y el sistema JIT.
- Valoración de las externalidades de la producción. La producción y el medio ambiente y sus consecuencias para la sociedad.

7. La función financiera

- Fuentes de financiación: Concepto y tipos.
- Concepto y clases de inversión.
- Valoración y selección de proyectos de inversión. Métodos estáticos y dinámicos.
- Análisis de fuentes alternativas de financiación interna y externa.

8. La función comercial

- 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.
- El marketing y la ética empresarial.
- Aplicación de las tecnologías de la información y comunicación en el marketing.

9. La organización y dirección de la empresa

- La división técnica del trabajo y la necesidad de organización en el mercado actual.
- Funciones de la dirección.
- Planificación y toma de decisiones estratégicas.
- Organización formal e informal en la empresa. Estructuras organizativas.
- Gestión de recursos humanos. Importancia de la motivación y el liderazgo.
- Los conflictos de intereses y sus vías de negociación.
- Los sistemas de calidad en la empresa.

10. Proyecto empresarial

- Selección y presentación de la idea y viabilidad del proyecto.
- Trámites para la constitución y puesta en marcha de una empresa: proceso telemático de creación de empresas: ventanillas virtuales.
- El plan de empresa y su utilidad como documento de análisis económico-financiero.
- Viabilidad del negocio: financiera, económica, comercial, tecnológica, medio-ambiental y jurídico-legal.

Criterios de evaluación

1. Conocer e interpretar las distintas funciones de la empresa y sus interrelaciones.

Se trata de comprobar si el alumnado ha adquirido una visión global de la empresa y conoce sus rasgos más comunes; si entiende su papel en el actual entorno económico y social por medio de la identificación de los elementos que le permiten desarrollar su actividad y de las distintas tareas que desempeña a través de sus áreas funcionales.

2. Distinguir las relaciones que se producen entre la empresa y su entorno, identificando los factores que permiten su análisis y estableciendo, además, la importante repercusión que la empresa tiene sobre él.

Se busca comprobar si el alumnado es capaz de reconocer las relaciones de interdependencia existentes entre la empresa y su entorno, a través de la identificación de los factores genéricos y específicos. Debe aprender a valorar la capacidad de adaptación de determinadas empresas a los cambios tecnológicos que se producen continuamente y de los que depende su competitividad, dinamicidad y permanencia en el mercado. Asimismo, se trata de valorar la capacidad de los alumnos para reconocer la importancia de la utilización del balance social como instrumento para asegurarse la permanencia en el mercado a largo plazo y como medida de las repercusiones negativas y positivas que tiene la actividad de la empresa en el medio ambiente y en el entorno social, entre otros factores.

3. Identificar las principales características del sector en que las empresas pueden desempeñar su actividad, así como las posibles estrategias y decisiones que se pueden adoptar.

Se pretende verificar si el alumno ha entendido el sector de la actividad, como un marco de referencia para analizar la competitividad de la empresa, y las reglas de competencia que en él operan: grado de rivalidad entre competidores, las barreras de entrada y salida de un sector y, sobre todo, las posibles estrategias que se deben adoptar para mejorar la situación competitiva.

4. Reconocer los distintos tipos de empresas que existen y analizar de forma concreta la importancia de la dimensión de la empresa.

La finalidad es valorar si los alumnos pueden diferenciar los distintos tipos de empresas según diferentes criterios de clasificación (tamaño, sector de la actividad, ámbito geográfico, titularidad del capital, forma jurídica, etc.) y si reconocen la importancia que tiene para la empresa saber calcular su dimensión óptima; todo ello, a partir del análisis de información real.

5. Simular y valorar las diferentes estrategias de crecimiento de las empresas.

Se valorará la capacidad del alumnado para analizar y recomendar distintas formas de crecimiento que puede utilizar una determinada empresa en función de los objetivos que pretenda.

6. Analizar las situaciones de la empresa multinacional y de la PYME en un marco de economía global.

Se persigue valorar la capacidad del alumno para describir las características actuales de las empresas multinacionales y de las PYMES y para analizar las ventajas e inconvenientes de que gozan cada una de ellas en un mercado cada vez más globalizado, en la medida de lo posible a partir de ejemplos cercanos y conocidos.

7. Reconocer el posible conflicto entre rentabilidad, competitividad y responsabilidad social a partir del estudio de los resultados y efectos de distintas empresas sobre el entorno.

Se trata de constatar si el alumno comprende el conflicto que se produce en la empresa entre atender exclusivamente a su cuenta de resultados o valorar un campo de objetivos más amplio, que contemple el impacto medioambiental, las condiciones laborales a que están sometidos los trabajadores, la calidad del producto ofrecido, la participación en proyectos de investigación y de formación de los trabajadores, entre otros aspectos.

8. Conocer el funcionamiento del área de producción de una empresa y reconocer la importancia de la aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación en la mejora de la productividad.

Se pretende comprobar si el alumno conoce las tareas fundamentales de la función productiva de la empresa y si es capaz de calcular su productividad. Igualmente, se desea constatar que reconoce el papel de las tecnologías de la información y la comunicación en el aumento de competitividad de la empresa y en la mejora y calidad de sus productos.

Se valorará si los alumnos son capaces de diferenciar y estructurar los ingresos y costes generales de una empresa determinando el beneficio o pérdida generada, así como el umbral de rentabilidad necesario para la supervivencia de una empresa.

9. Describir las técnicas básicas para la gestión de los recursos humanos y valorar los cambios que se están produciendo en su estructura y organización.

Se valorará que el alumno reconozca la importancia de los recursos humanos en el correcto funcionamiento de la empresa, como variable que contribuye al logro de la eficiencia organizativa, de cómo las empresas basan su desarrollo en el conocimiento como factor de innovación y de cómo las nuevas técnicas de gestión y de motivación del personal incorporan nuevos retos a las condiciones laborales.

10. Explicar las distintas posibilidades organizativas entre las que puede optar una empresa en función de su entorno y de sus posibilidades en el ámbito interno.

Se desea comprobar si el estudiante reconoce e identifica el conjunto de decisiones más habituales que conforman la dirección de la empresa y que le son propias en su entorno; si es capaz de coordinar las actividades de la función directiva a través de los procesos organizativos y de reconocer los nuevos diseños surgidos a partir del desarrollo de

las tecnologías de la información y la comunicación. Asimismo, trataremos de verificar si se reconoce la existencia de la organización informal y su importancia para la resolución de conflictos.

11. Estudiar las principales características del mercado, entender las posibles vías de segmentación del mismo y las distintas políticas comerciales que se pueden adoptar.

Apreciaremos la capacidad del alumno para delimitar un mercado en función de diversos criterios como el número de competidores, el producto vendido, etc. Se valorará si el alumno reconoce y entiende la finalidad de la investigación de mercados y el análisis de la actividad comercial de la empresa: fundamentos de sus decisiones comerciales, justificación de las distintas estrategias del marketing (para saberlas aplicar a casos concretos y reconocerlas cuando se le muestren en lecturas sobre el tema) y cuáles son los límites éticos que se debería plantear la empresa en el desarrollo de dichas estrategias.

12. Describir las posibles fuentes financieras a que tiene acceso la empresa y, a través de ejemplos prácticos, optar por la más adecuada.

Se valorará la capacidad del alumno para reconocer y clasificar las distintas fuentes de financiación, así como si es capaz de analizar, evaluar y decidir, a partir de determinadas premisas, las más adecuadas para la empresa.

13. Valorar entre distintos proyectos de inversión que puede acometer una empresa y seleccionar, justificando la decisión, cuál resulta más ventajoso.

Se trata de comprobar si el estudiante reconoce y calcula los valores de las inversiones de la empresa según los distintos criterios de selección, teniendo en cuenta la corriente de flujos de cobros y de pagos que cada inversión genera.

14 Reconocer los datos más significativos de las cuentas anuales de una empresa: el balance, la cuenta de pérdidas y ganancias, la memoria, el estado de cambios en el patrimonio neto y el estado de flujos de efectivo; lograr interpretar la información presentada en esos estados contables, de manera que sea posible realizar un diagnóstico de la situación de la empresa.

Se trata de valorar la capacidad del estudiante para reconocer los distintos elementos patrimoniales que integran un balance, identificar la función que cada uno tiene asignada y agruparlos por masas patrimoniales y comprobar si es consciente de la correspondencia existente entre las inversiones que tiene la empresa con las fuentes de financiación a su disposición. Asimismo, se pretende que sea capaz de hacer una valoración de la situación económica y financiera de la empresa a partir de la información presentada en el balance mediante la utilización de ratios, y de distinguir entre las distintas partidas de ingresos y gastos que componen cada uno de los apartados de la cuenta de pérdidas y ganancias detectando desequilibrios y proponiendo, en su caso, las soluciones más adecuadas.

15. Explorar y valorar sencillos proyectos de creación de empresa, con el objeto de seleccionar uno y planificar el proceso necesario para llevarlo a cabo y evaluar su viabilidad económica.

Con este criterio se trata de que los alumnos sean capaces de poner en conjunción, de manera coordinada y lógica, todos los aspectos estudiados: desde las decisiones y estrategias para desarrollar un producto o para comercializarlo, hasta el estudio de las necesidades financieras y de inversión que requiere la empresa, pasando por la justificación de la forma jurídica más adecuada o los trámites de constitución o puesta en marcha que se deben formalizar, así como el estudio de la organización y de los recursos humanos más adecuados.

Valoraremos la apreciación que haga el alumno de las dificultades encontradas en el proceso, así como la manera que tenga de resolverlas. Por su parte, apreciaremos si el alumno es capaz de identificar oportunidades y puntos fuertes en la creación de su propio negocio.

16. Buscar, analizar e interpretar información procedente del ámbito empresarial local, regional, nacional o internacional.

Se trata de comprobar si el alumno es capaz de distinguir y analizar información significativa referida al mundo empresarial y si es capaz de relacionarla con los contenidos estudiados en la materia aplicando los conocimientos adquiridos a la resolución de casos elementales.

ESTRUCTURA BÁSICA DE LOS EJERCICIOS QUE INTEGRAN LA PRUEBA Y CRITERIOS GENERALES DE CALIFICACIÓN ELABORADOS POR LOS PROFESORES ARMONIZADORES DE LAS MATERIAS DEL 2º CURSO DE BACHILLERATO

ESTRUCTURA DEL EJERCICIO

El examen constará de dos opciones, A y B, de las que el alumno deberá responder únicamente a una, a su elección.

Cada opción constará de tres cuestiones, la primera de carácter teórico conceptual y las segunda y tercera de carácter teórico-práctico o práctico. Cada una de estas cuestiones podrá constar de varios apartados.

CRITERIOS GENERALES DE CALIFICACIÓN

Cada uno de los ejercicios tendrá una duración de hora y media y se calificará de 0 a 10 con dos cifras decimales.

La cuestión de carácter teórico conceptual tendrá una calificación máxima de 3 puntos, mientras que las otras dos cuestiones tendrán una calificación mínima de 3 y máxima de 4 puntos cada una. En aquellas cuestiones en las que figuren varios apartados, se indicará la puntuación máxima asignada a cada uno de ellos.

Se valorará el buen uso de la lengua y la adecuada notación científica, que los correctores podrán bonificar con un máximo de un punto. Por los errores ortográficos, la falta de limpieza en la presentación, la no especificación de las unidades en los resultados numéricos obtenidos y la redacción defectuosa podrá bajarse la calificación hasta un punto.

Se podrá usar calculadora. Se exigirá que todos los resultados estén paso a paso justificados.