



CAP 2007-2008

M^a Pilar García Sanjuán

Raquel Cunchillos Rojano

ÍNDICE PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

1. Introducción	5-7
2. Objetivos	8-10
2.1 Objetivos generales de Bachillerato	8-9
2.2 Objetivos de la asignatura	9-10
3. Contenidos	11-16
3.1 Conceptos	11-14
3.2 Procedimientos	15
3.3 Actitudes	16
4. Criterios de Evaluación	17-19
5. Distribución temporal de los contenidos	20
6. Metodología didáctica	21
7. Procedimiento de evaluación de aprendizaje del alumno	22
8. Criterios de promoción	23
9. Actividades de recuperación	24
10. Materiales y Recursos didácticos	25
11. Temas transversales	26-27
12. Actividades interdisciplinares	28-29
13. Actividades complementarias y extraescolares	30-31
14. Medidas de atención a la diversidad	32
15. Bibliografía	33

ECONOMÍA Y ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

1. – INTRODUCCIÓN

Las sociedades desarrolladas están en una continua evolución debido, sobre todo, a la irrupción de las nuevas tecnologías en todos sus ámbitos. A ese continuo proceso de transformación contribuyen sobremanera las unidades de producción que, normalmente, se caracterizan por incorporar a las economías dinamismo y competitividad, transformándolas de forma constante.

Para entender el entorno económico es preciso comprender el funcionamiento de los procesos empresariales que en él se desarrollan; por eso, el objeto de estudio de esta materia es la **empresa como sistema organizado**, que tiene como objetivos fundamentales:

- el contribuir a la satisfacción de necesidades a partir de la elaboración de una serie de bienes y servicios y
- el de ser el núcleo fundamental en el sistema económico y de organización social en el que estamos inmersos, como generador de riqueza, crecimiento y desarrollo económico.

La **empresa, como subsistema de un sistema más amplio**, se encuentra interrelacionada con su entorno; como institución, desarrolla su actividad dentro de un marco jurídico, social, político y tecnológico que determinan su funcionamiento; al mismo tiempo, la empresa genera con su actuación una serie de valores y de relaciones de poder que le hacen asumir una responsabilidad social que implica posturas comprometidas y respetuosas con las personas, la sociedad y el medio ambiente.

Con esta materia se trata de aproximar al alumno al conocimiento y análisis de la empresa, a su proyección hacia el entorno y al conocimiento de sus técnicas básicas de gestión (organización interna, planificación de estrategias y toma de decisiones, entre otras).

Por otra parte, el alumno, en un futuro más o menos próximo, pasará a formar parte de una empresa, como trabajador o como empresario, por lo que conocer el funcionamiento del mundo empresarial en todos sus ámbitos va a permitirle prepararse para ser una persona multifuncional, adaptable y eficiente; cualidades, todas ellas, que le serán valoradas positivamente a la hora de incorporarse a la actividad económica y que le servirán para ser capaz de reconocer todas las facetas del sistema en el que está inmerso.

El estudio de la materia de Economía y Organización de Empresas en el segundo curso del Bachillerato de la modalidad de Humanidades y Ciencias Sociales, o como optativa en otras modalidades, responde a diversas **razones**, entre las que se pueden destacar las siguientes:

- ***Primera:*** proporciona una formación empresarial básica que permite al alumnado la profundización en el conocimiento de la realidad empresarial, capacitándolo para el análisis del sistema productivo, de sus funciones y de las variables que influyen en él y lo modifican; de forma general: marco económico, legal, político, tecnológico, social y cultural, sistema financiero, etc.; de forma específica: competencia, nuevos productos, comercialización de los existentes, uso de nuevas tecnologías, etc.
- ***Segunda:*** la materia contribuye a orientar, preparar y proporcionar al alumnado la formación necesaria para afrontar estudios posteriores, tanto determinados ciclos formativos de grado superior como estudios universitarios.
- ***Tercera:*** permite a los alumnos aproximarse al mundo empresarial y conocer su gestión y funcionamiento, ofreciendo referentes suficientes para que éstos adopten decisiones respecto a su futuro académico y profesional. Constituye una ayuda para avanzar en el proceso de desarrollo integral como persona y como futuro trabajador o empresario, aspecto este último especialmente desarrollado a través de la elaboración de un proyecto de creación de empresa que, de ser viable, puede llegar a desembocar en la creación de su propio puesto de trabajo.

Con relación a la **transversalidad** se pretende promover la implicación de los alumnos en los problemas de la sociedad en la que viven, de manera que se desarrollen actitudes responsables hacia la búsqueda de sus posibles soluciones. Se trata de abordar las consecuencias medioambientales que se producen como resultado de las distintas actividades empresariales; igualmente, se debe constatar la creciente preocupación de la empresa por todas las cuestiones sociales de su entorno, así como la necesidad de desarrollar un comportamiento ético en sus prácticas, la necesidad de observar y plantear por parte de las empresas una serie de objetivos sociales, paralelos a los económicos, nunca subsidiarios a estos últimos. Se debe abordar, también, la educación en un consumo responsable, sobre todo en los temas relativos a la función de producción y comercial de la empresa.

Para la **compresión** de la materia de Economía y Organización de Empresas, es necesario relacionarla con otras, como las Matemáticas, la Geografía, la Historia y la Filosofía, materias todas ellas de Bachillerato y que suponen un fundamento para su estudio y la posibilidad de afrontar esta materia desde distintas ópticas.

Se propone seguir una **metodología** en la que la materia sirva para descubrir problemas empresariales relacionados con el contexto sociocultural en el que se encuentra el alumno, con especial referencia a la realidad de la comunidad autónoma. Se pretende la realización de investigaciones sencillas del entorno del alumno, para que su estudio le resulte cercano y útil.

Se aconseja un sistema de enseñanza que permita pasar desde los aspectos particulares y concretos a los generales, que desde las cuestiones prácticas se llegue a los aspectos teóricos y que, junto a los procedimientos y las actitudes, se adquieran los conceptos de forma simultánea.

Con el aprendizaje se pretende que el alumnado consiga una visión global de la empresa en todas sus dimensiones: social, económica, financiera, organizativa, etc., como un ente inmerso en un entorno cada vez más complejo, donde el desarrollo de las nuevas

tecnologías de la información y de la comunicación pueden resultar una vía de crecimiento, a través de la distribución alternativa (uso de Internet), como estrategia de posicionamiento en un mercado cada vez más amplio y diverso. El uso de las nuevas tecnologías está suponiendo, en la distribución de bienes y servicios, una apuesta alternativa al mercado tradicional y, por tanto, a la gestión de la empresa como sistema inmerso en un nuevo escenario internacional.

Por eso, se cree de gran utilidad el uso de información obtenida a través de las webs de organismos oficiales o empresas y la procedente de las noticias o artículos de carácter empresarial obtenidos de la prensa diaria o especializada.

2. - OBJETIVOS

2.1. Objetivos Generales de Bachillerato

Con la finalidad de desarrollar las capacidades establecidas para el Bachillerato, los alumnos deberán alcanzar a lo largo de la etapa los siguientes objetivos:

- a) Consolidar una madurez personal, social y moral que les permita tener constancia en el trabajo, confianza en las propias posibilidades e iniciativa para resolver de forma pacífica los conflictos en todos los ámbitos de la vida personal, familiar y social, así como resolver nuevos problemas, formular juicios y actuar de forma responsable y autónoma.
- b) Afianzar la adquisición de hábitos de vida saludable y desarrollo personal mediante la práctica autónoma del ejercicio físico y del deporte.
- c) Consolidar los hábitos de lectura, estudio y autodisciplina, como condiciones necesarias para el eficaz aprovechamiento del aprendizaje y como medio de desarrollo personal.
- d) Dominar la lengua castellana y, en su caso, las lenguas propias de la Comunidad Autónoma de Aragón, para su uso adecuado y creativo, tanto en su expresión oral como en la escrita.
- e) Expresarse en una o más lenguas extranjeras de forma oral y escrita con fluidez, corrección y autonomía, en situaciones reales diversas, a fin de facilitar el acceso a otras culturas.
- f) Analizar, comprender y valorar críticamente las realidades del mundo contemporáneo, los antecedentes históricos y los factores que influyen en él.
- g) Desarrollar la sensibilidad artística y literaria como fuente de formación y enriquecimiento cultural.
- h) Comprender los elementos fundamentales de la investigación y del método científico propio de cada ámbito de conocimiento para aplicarlos en la realización de trabajos tanto individuales como de equipo, utilizando diferentes procedimientos y fuentes para obtener información, organizar el propio trabajo, exponerlo con coherencia y valorar los resultados obtenidos.
- i) Utilizar de forma sistemática las tecnologías de la información y comunicación en las actividades habituales de búsqueda, análisis y presentación de la información, así como en las aplicaciones específicas de cada materia, valorando críticamente su uso.
- j) Dominar los conocimientos científicos y tecnológicos fundamentales y las habilidades básicas propias de la modalidad elegida, aplicarlos a la explicación y comprensión de los

fenómenos y a la resolución de problemas, desde una visión global e integradora de los diferentes ámbitos del saber.

k) Profundizar en el conocimiento del patrimonio natural, cultural, histórico y lingüístico, en particular el de la Comunidad Autónoma de Aragón, contribuyendo a su conservación y mejora, y desarrollar actividades de interés y respeto hacia la diversidad cultural y lingüística, entendida como un derecho de los pueblos y de los individuos.

2.2. Objetivos de la asignatura: Economía y Organización de Empresas

- 1) Analizar las características más relevantes de los distintos tipos de empresa e identificar sus funciones, objetivos y organización, valorando de manera especial los problemas económicos y financieros básicos a los que se enfrentan las pequeñas y medianas empresas.
- 2) Identificar los elementos más importantes de los distintos sectores de la actividad y explicar, a partir de ellos, las principales estrategias adoptadas por las empresas.
- 3) Reconocer a la empresa como motor impulsor del bienestar colectivo, que asume una responsabilidad social basada en unos criterios éticos.
- 4) Valorar la importancia que, para las empresas y la sociedad, tienen la investigación, las innovaciones tecnológicas y la implantación, de manera generalizada, de las nuevas tecnologías, así como las innovaciones en el campo de la organización del trabajo, tendentes a mejorar la calidad de vida.
- 5) Analizar las distintas políticas de marketing que adoptan las empresas según los mercados a los que se dirigen, valorando los límites éticos que dichas políticas deben considerar. Comprender la necesidad de adoptar un marketing social para integrar a la empresa dentro de la sociedad, aumentando su bienestar.
- 6) Tomar decisiones, a partir del análisis de una situación real o imaginaria, entre diferentes alternativas que se puedan plantear en el ámbito de todas las áreas funcionales de la empresa.
- 7) Establecer, a grandes rasgos, los datos más relevantes de la información contenida en las Cuentas Anuales de una empresa e interpretar la información transmitida.
- 8) Identificar las consecuencias que, para las empresas y la sociedad, tiene la globalización de la economía y las posibles líneas de conducta que se deben adoptar frente al fenómeno, adquiriendo conciencia de las desigualdades y efectos que el mismo genera. Extrapolar el fenómeno a las empresas de la comunidad autónoma.

- 9) Analizar las consecuencias que, para el medio ambiente, la sociedad y las personas tienen las actividades de las distintas empresas con sus conductas y decisiones.
- 10) Comprender de manera clara y coherente y valorar críticamente informaciones sobre hechos relevantes del ámbito empresarial internacional, nacional y local.
- 11) Considerar las nuevas tecnologías de la información como fuente de ventaja competitiva para las empresas que las utilizan y reconocerlas como generadoras de creatividad e innovación.
- 12) Mostrar iniciativa, autonomía personal y participación activa en el diseño, la planificación y la organización de un pequeño proyecto empresarial.

3. - CONTENIDOS: conceptos, procedimientos y actitudes

3.1. CONCEPTOS

<i>BLOQUE TEMÁTICO 1. LA EMPRESA Y SU MARCO EXTERNO</i>
--

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA EMPRESA

- 1.1- La empresa como realidad económica y social
- 1.2- Concepto de empresa
- 1.3- Los elementos de la empresa
- 1.4- Funcionamiento de la empresa. Áreas básicas
- 1.5- Objetivos de la empresa.
- 1.6- La responsabilidad social de la empresa: RSC, ética de los negocios y balance social.
- 1.7- El empresario. Concepto jurídico

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CLASES DE EMPRESAS

- 2.1. Criterios de clasificación de empresas
- 2.2- Clasificación de las empresas según su naturaleza jurídica:
 1. Empresario individual
 2. Empresario social
 - ☪ Sociedades civiles
 - ☪ Sociedades mercantiles
 - ☪ Sociedades de interés social
- 2.3- Trámites necesarios para la puesta en marcha de una empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL ENTORNO DE LA EMPRESA

- 3.1- Los factores del entorno general.
 - Introducción
 1. Factores político-legales: normas fiscales, mercantiles y laborales
 2. Factores sociales y demográficos
 3. Factores tecnológicos
 4. Factores económicos
- 3.2- El análisis DAFO.
- 3.3- Los factores del entorno específico: Porter

Introducción

1. Nivel de rivalidad entre los competidores actuales
2. Amenaza de nuevos competidores
3. Amenaza de productos sustitutivos
4. Poder de negociación de los proveedores
5. Poder negociador de los clientes

<p align="center">BLOQUE TEMÁTICO 2. ÁREAS DE ACTIVIDAD DE LA EMPRESA y ORGANIZACIÓN</p>

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA FUNCIÓN FINANCIERA. FUENTES DE FINANCIACIÓN y CRITERIOS DE SELECCIÓN DE INVERSIONES

- 4.1- La función financiera
- 4.2- Definición y clases de recursos financieros
- 4.3- Financiación externa a corto plazo
- 4.4- Financiación externa a largo plazo
- 4.5- Financiación interna o autofinanciación
- 4.6- Los proyectos de inversión
 1. Concepto de inversión
 2. Inversiones financieras e inversiones productivas
 3. Flujos de caja
- 4.7- Criterios de selección de inversiones: Métodos estáticos y métodos dinámicos
- 4.8- Métodos estáticos. El plazo de Recuperación (Pay-back)
- 4.9- Métodos dinámicos: El VAN y la TIR

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA FUNCIÓN PRODUCTIVA

- 5.1- El aprovisionamiento. Los costes de inventario
- 5.2- Métodos de Valoración de Inventarios
- 5.3- El Método ABC
- 5.4- La producción. Los costes de producción
- 5.5- Tipos de procesos productivos
- 5.6- El umbral de rentabilidad
- 5.7- Productividad. Índice y tasa de productividad
- 5.8- Decisiones de producir o comprar
- 5.9- La calidad

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA FUNCIÓN COMERCIAL

- 6.1- Introducción al área comercial
- 6.2- El mercado. Concepto y clases de mercado

- 6.3- Investigación de mercados
- 6.4- Segmentación de mercados
- 6.5- El marketing-mix: Producto, precio, promoción y distribución.
Ciclo de Vida del Producto Descuentos y rappels.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

- 7.1- Concepto de organización
- 7.2- El organigrama. Clases de organigramas
- 7.3- Departamentalización
- 7.4- Tipos de estructura organizativa
 - 1. Estructura jerárquica o lineal
 - 2. Estructura funciona
 - 3. Estructura mixta o jerárquica-funcional (en línea y staff)
 - 4. Estructura por comité
 - 5. Estructura matricial
 - 6. Estructura por divisiones
- 7.5- Organización formal e informal

BLOQUE TEMÁTICO 3. ANÁLISIS DE LOS ESTADOS CONTABLES

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PATRIMONIO DE LA EMPRESA Y ANÁLISIS DE LOS ESTADOS CONTABLES

- 8.1- Concepto contable de patrimonio y Organización del patrimonio
- 8.2- Elementos patrimoniales
 - 1. Normalización de los elementos patrimoniales
 - 2. Elementos patrimoniales más usuales
- 8.3- Clasificación del patrimonio
- 8.4- Representación del patrimonio: Inventario, Balance de situación y libros de contabilidad
- 8.5- Los estados contables
 - 1. El balance de situación
 - 2. La cuenta de pérdidas y ganancias
 - 3. La memoria
- 8.6- Equilibrios patrimoniales
- 8.7- Fondo de maniobra
- 8.8- Los ciclos de la actividad de la empresa y el período maduración
- 8.9- Análisis financiero. Ratios financieros
- 8.10- Análisis económico
 - 1. Cuenta de Pérdidas y Ganancias
 - 2. Diferencias entre beneficio y rentabilidad

3. Ratios económicos

BLOQUE TEMÁTICO 4. CRECIMIENTO DE LA EMPRESA Y LA NUEVA ECONOMÍA

UNIDAD DIDÁCTICA 9. FACTORES DE LOCALIZACIÓN Y DIMENSIÓN DE LA EMPRESA

9.1-Factores de localización

9.2- La dimensión de la empresa

1. Concepto

2. La dimensión óptima de la empresa

9.3- Estrategias de crecimiento. Crecimiento interno y externo

9.4- Cooperación entre empresas: UTE, Joint-Venture, Franquicia.

9.5- Las PYME

1. Concepto

2. Ventajas

3. Inconvenientes

4. Futuro de las PYME

9.6- Las empresas multinacionales

1. Generalidades

2. Características

9.7- Globalización y deslocalización

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LA NUEVA ECONOMÍA

10.1-Introducción

10.2-Tecnologías de la información

10.3-Comercio Electrónico

10.4-La Globalización económica

10.5-Los problemas del medio ambiente

10.6-La competitividad internacional

10.7-La Ley de Internet

BLOQUE TEMÁTICO 5. PROYECTO EMPRESARIAL

3.2. PROCEDIMIENTOS

Análisis de empresas

- 1.- Identificación de empresas.
- 2.- Comprensión de la tipología de empresas.
- 3.- Comparación de empresas, viendo las ventajas e inconvenientes de las diferentes opciones.
- 4.- Describir cómo funcionan las empresas.
- 5.- Identificación de los factores de localización
- 6.- Construcción e interpretación de organigramas, resolución de matrices de decisión, representación de árboles de decisión.
- 7.- Interpretación de resultados.

Proceso de toma de decisiones

- 1.- Identificar el conjunto de alternativas.
- 2.- Análisis de la decisión.
- 3.- Elección de la alternativa.
- 4.- Evaluación de la decisión.

Análisis, simulación y resolución de casos

- 1.- Reconocimiento de las funciones empresariales mediante trabajo de campo
- 2.- Selección de técnicas y conceptos para aplicarlos en el análisis o resolución.
- 3.- Aplicación de las técnicas y conceptos seleccionados.
- 4.- Elaboración de conclusiones.

Obtención de la información a partir de fuentes externas

- 1.- Lectura de prensa especializada en temas económicos y empresariales.
- 2.- Presentación de situaciones empresariales basadas en la prensa y revistas con páginas económicas.
- 3.- Análisis de informes económicos.
- 4.- visitas a empresas.
- 5.- Ponentes.

Obtención de información empresarial en Internet

- 1.- Búsqueda de información a través de directorios.
- 2.- Uso de los motores de búsqueda.
- 3.- Navegación por medio de enlaces.

3.3. ACTITUDES

Las actitudes que pretendemos desarrollen nuestros alumnos al cursar la asignatura son las siguientes:

- ✚ Fomentar la participación activa del alumnado, para conseguir que sean capaces de formarse una opinión propia y defenderla con argumentos fundamentados.
- ✚ Despertar interés a cerca de las empresas que tienen más cercanas, siendo capaces de tomar conciencia del importante papel que éstas desempeñan en la sociedad.
- ✚ Sensibilizar a cerca de las consecuencias que para el medio ambiente, las personas y la sociedad en general pueden derivarse de las conductas y decisiones de las empresas.
- ✚ Trabajo en equipo como un método de cooperación y aprendizaje y no como una posible fuente de conflictos entre compañeros.
- ✚ Creación de juicios de valor sobre hechos económicos de actualidad, que por algún motivo, puedan estar relacionados con el alumno.
- ✚ Fomentar la autonomía del alumno tanto en la búsqueda de información como en la comprensión de la misma.
- ✚ Concienciación de la utilización de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación en la práctica empresarial actual.

4. – 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 alumno 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.
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; si puede ser, 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 nuevas tecnologías 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 nuevas tecnologías en el aumento de competitividad de la empresa y en la mejora y calidad de sus productos.

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 nuevas tecnologías.

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

Se valorará si el alumno reconoce y entiende la finalidad de la investigación de mercados y de la actividad comercial de la empresa: en qué se basa la empresa para tomar sus decisiones comerciales, en función de qué se desarrollan las distintas

estrategias del marketing 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 y la Memoria; 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; comprobar si es consciente de la correspondencia existente entre las inversiones que tiene la empresa con las fuentes de financiación a su disposición para llevarlas a cabo. Asimismo, se pretende que sea capaz de hacer una valoración de la situación económica y financiera de la empresa a través de la utilización de ratios y a partir de la información presentada en el Balance, 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.

15. *Explorar y valorar pequeños 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 del estudio de la organización y de los recursos humanos más adecuados.

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.

5. - DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DE LOS CONTENIDOS

La distribución temporal de contenidos la hacemos por trimestres.

Primer Trimestre.- Desde principio de curso (mitad de septiembre) hasta Navidad: 11 semanas

Segundo trimestre.- Desde principio de año hasta la Semana Santa: 12 semanas

Tercer Trimestre.- Desde la Semana Santa hasta fin de curso: 11 semanas

El bloque 5 correspondiente al Proyecto Empresarial, se irá realizando a lo largo del curso a medida que se explique el temario.

UNIDAD DIDÁCTICA	SESIONES	SEMANAS
LA EMPRESA	8	2
CLASES DE EMPRESAS	14	3,5
EL ENTORNO DE LA EMPRESA	14	3,5
LA FUNCIÓN FINANCIERA. FUENTES DE FINANCIACIÓN y CRITERIOS DE SELECCIÓN DE INVERSIONES	16	4
LA FUNCIÓN PRODUCTIVA	12	3
LA FUNCIÓN COMERCIAL	8	2
LA ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA	10	2,5
EL PATRIMONIO DE LA EMPRESA Y ANÁLISIS DE LOS ESTADOS CONTABLES	16	4
FACTORES DE LOCALIZACIÓN Y DIMENSIÓN DE LA EMPRESA	12	3
LA NUEVA ECONOMÍA	8	2
TRABAJOS EN GRUPO (debates, análisis noticias...) Sesiones a repartir a lo largo del curso	10	2,5
ACTIVIDADES DE REPASO PARA SELECTIVIDAD	8	2

6. – METODOLOGÍA DIDÁCTICA

La metodología a seguir debe partir de los conocimientos previos de los alumnos, de tal forma que la asignatura no sea una mera exposición objetiva de contenidos, sino que sea el alumno el que vaya asimilando los conceptos de una forma activa e intuitiva.

En nuestro caso, contaremos con alumnos que ya han cursado la asignatura de Economía en 1º de Bachillerato, por lo que una prueba inicial que nos situé en el nivel general de la clase podría ser una buena forma de saber cómo empezar la asignatura. Partiendo de estos conocimientos iniciales, tendremos que ser capaces de lograr una motivación positiva y actitud favorable hacia los nuevos contenidos. Esta motivación la podemos conseguir de diferentes maneras:

- Realizando actividades sugerentes e interesantes para los alumnos. Actividades que permitan reflexionar al alumno y en las que se incluya una participación activa por su parte.
- Realizando actividades que consigan situar al alumno en conocimientos que ya posee y le permitan enlazar con los nuevos conceptos de la asignatura.
- Realizar actividades en grupo que le permitan intercambiar ideas y opiniones con compañeros de clase.

Antes de comenzar a explicar las diferentes unidades tendremos que haber pensado el orden de las mismas, para que éstas sigan una secuencia lógica, fácilmente comprensible por los alumnos y que muestren una continuidad y progresión en la materia.

Usaremos dos estrategias en nuestra metodología:

- Estrategia EXPOSITIVA: usaremos esta estrategia para la presentación de hechos y conceptos. Para ello nos serviremos de diversos materiales didácticos como: libro de texto, gráficos, mapas conceptuales, resúmenes, tablas, noticias de prensa, uso de nuevas tecnologías, etc. Partiendo de los conocimientos previos del alumno, se intentará enlazar estos conocimientos ya adquiridos con los nuevos conceptos.
- Estrategia INDAGATIVA: a través de esta estrategia intentaremos conseguir la participación del alumno. Para ello podemos proponer análisis de casos reales, comentarios de noticias de prensa, búsqueda de información a cerca de un tema concreto, debates, etc. Se trata de actividades más relacionadas con los procedimientos planteados para la asignatura.

7. - PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE DEL ALUMNO

La evaluación del aprendizaje del alumno tiene como objetivo determinar en qué grado han sido alcanzados los objetivos inicialmente propuestos.

Proponemos para la realización de esta evaluación un método de **“Evaluación Continua”**, donde no solo tengamos en cuenta las calificaciones obtenidas en una prueba objetiva final, sino que valoremos el progreso y la participación del alumno a lo largo de todo el periodo de aprendizaje.

ACTIVIDADES DE SEGUIMIENTO

Llamaremos actividades de seguimiento a todas aquellas que nos permitan tener una idea de cuál es el grado de implicación e interés por la asignatura. Algunas de estas actividades podrían ser:

- Actividades que incluye el libro, ya sean de refuerzo o de ampliación
- Actividades propuestas por el profesor: análisis de casos reales, trabajos sobre un tema determinado.
- Participación activa en clase: debates, reflexiones, expresión de opiniones propias y argumentadas.
- Trabajos en grupo: actitud de un determinado al alumno con respecto a los demás compañeros del grupo. Aporta su trabajo o en un simple “free-rider”.
- Elaboración de un cuaderno de clase donde el alumno toma notas adicionales de las explicaciones, realiza sus tareas, etc.

PRUEBAS OBJETIVAS DE CONTROL

Realizaremos a los alumnos pruebas orales o escritas de una o varias unidades hasta llegar a la prueba escrita de final de evaluación que incluirá preguntas de todos los temas vistos hasta el momento.

El tipo de preguntas para estas pruebas serán preguntas cortas donde centremos a los alumnos en aspectos concretos, preguntas de opción múltiple donde el alumno deberá escoger la respuesta concreta o un pequeño texto de actualidad donde el alumno sea preguntado por aspectos concretos de la lectura.

La parte del temario correspondiente a análisis de estados contables, nos llevará a proponer a los alumnos un tipo de ejercicios numéricos y específicos.

8. - CRITERIOS DE PROMOCIÓN CON ESPECIAL REFERENCIA A LOS MÍNIMOS EXIGIBLES Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

La calificación de cada evaluación se realizará teniendo en cuenta los siguientes porcentajes:

Prueba escrita	70%
Participación en clase	10%
Realización de actividades y trabajos	20%
	100%

La calificación final a otorgar a cada alumno al final de la evaluación será una media ponderada de cada uno de los apartados anteriores, siempre que en cada uno de ellos se haya alcanzado como mínimo el 50%.

En la última evaluación, la prueba escrita incluirá preguntas de todo el temario visto en el curso con el objeto de preparar a los alumnos para el examen de selectividad que realizarán pocas semanas después de acabar el curso.

9. -ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN

RECUPERACION DE LA ASIGANTURA ECONOMÍA DE 1º BACHILLERATO

Aquellos alumnos que tienen pendiente la materia de Economía correspondiente a 1º Bachillerato, tendrán una prueba escrita en la primera evaluación de 2º para recuperarla.

A lo largo de los primeros meses de curso, antes de la prueba de recuperación, los alumnos tendrán la posibilidad de acudir a clases de repaso un día a la semana durante dos horas (asistencia voluntaria). En estas clases se repasarán los aspectos más importantes de la materia y se atenderán las dudas de los alumnos.

Además se ofrecerá a los alumnos una dirección de e-mail donde el profesor se compromete a resolver las dudas que les surjan a los estudiantes y deseen consultarlas por este medio.

RECUPERACION DE LA ASIGANTURA ECONOMÍA y ORG. DE EMPRESAS DE 2º BACHILLERATO

Cada evaluación tendrá la posibilidad de recuperarse en la evaluación siguiente, donde en el examen escrito aparecerán preguntas de temas anteriores que sólo deberán realizar aquellos alumnos que no hayan superado dichos conceptos.

Si estas preguntas se realizan correctamente, la evaluación pendiente queda superada por el alumno.

Como hemos comentado en el apartado anterior, en la última evaluación, los alumnos se examinan de todo el temario. De esta manera, aquellos que todavía tienen alguna evaluación pendiente tienen la oportunidad de recuperarla en este examen global.

Para aquellas personas que en Junio no hayan superado la materia, tendrán un examen de recuperación en Septiembre donde se examinarán del temario de todo el curso.

10. – MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

Para la exposición de los diferentes temas nos apoyaremos en el libro de texto y además utilizaremos elementos como transparencias y diapositivas de Power Point, donde presentaremos a los alumnos aquellos aspectos más destacados o que requieran un análisis especial por algún motivo. (tablas, gráficos, mapas conceptuales, etc)

Nos parece de especial interés el uso de las nuevas tecnologías en el aula y fuera de ella, ya que pensamos que pueden resultar un elemento motivador y de interés para los alumnos. Así mismo el uso de Internet como elemento de búsqueda de información y medio de formación.

Algunas páginas interesantes a visitar y donde podemos encontrar información tanto alumnos como profesores serían:

Como libros de texto de Economía y Organización de Empresas más importantes:

- SM Edición 2000
- Santillana
- Anaya
- Editex Edición 2001
- Edelvives

Revistas y periódicos a consultar:

- Emprendedores
- Actualidad Económica
- Cinco días
- Expansión

Direcciones de Internet:

- www.ecobachillerato.com
- www.econoaula.com
- www.ecomur.es
- www.ciberconta.unizar.es

11. - TEMAS TRANSVERSALES

Como profesoras de Economía y Organización de empresas tenemos también que ser capaces de atender a otras realidades que afectan a nuestros alumnos.

Algunos de los temas transversales que podemos tratar en la asignatura son los siguientes:

○ EDUCACIÓN DEL CONSUMIDOR

De los temas transversales definidos por la LOGSE, la educación del consumidor uno de los más relacionados con la asignatura que nos ocupa. En la mayoría de las unidades didácticas se puede hacer una referencia de una u otra manera al mismo.

Bien en una unidad concreta o con ejercicios o actividades específicas, el profesor deberá ser capaz de hacer ver a los alumnos sus necesidades reales y concienciarles para un consumo responsable.

Podemos tratar el tema desde la perspectiva de la función comercial, concretamente la variable de publicidad.

○ EDUCACIÓN AMBIENTAL

En la asignatura hablamos constantemente de las empresas y sus prácticas y toma de decisiones. Trataremos este tema transversal con la Responsabilidad Social Corporativa de las Empresas, valorando la importancia de la necesidad de control y protección del medio ambiente.

Otras actividades que podemos realizar son:

- Analizar los efectos negativos de la actividad económica en el medio ambiente
- Proponer soluciones alternativas para combatir la contaminación
- Debatir sobre si las empresas realizan actividades a favor del medio ambiente porque están realmente concienciadas o son una forma más de publicidad.

○ EDUCACIÓN PARA LA SALUD

Podemos tratar en este tema aspectos como:

- La igualdad entre hombres y mujeres en el mundo laboral: diferencia de puestos, diferencias de salarios, cualificación, etc.
- Normas de seguridad e higiene en la empresa

- Posibles enfermedades derivadas de la contaminación producida por las empresas.

- **EDUCACIÓN PARA LA PAZ**

Se centra en valores tales como la solidaridad, la justicia, respeto a la diversidad, tolerancia, etc. A través de la asignatura podemos tratar temas como:

- Comercio justo
- Reflexión sobre empresas que localizan sus plantas productoras en países subdesarrollados usando a niños y adolescentes como mano de obra.
- Resolución de conflictos a través del diálogo y no a través de la violencia.

- **EDUCACIÓN MORAL Y CÍVICA**

Son muchos y variados los temas que el profesor puede utilizar para crear en sus alumnos una propia identidad basada en valores positivos y constructivos que le permitan afrontar las situaciones y problemas derivados de una vida profesional y personal futura.

12. – ACTIVIDADES INTERDISCIPLINARES

Las actividades interdisciplinarias son aquellas encaminadas a la relación entre la asignatura que nos ocupa “Economía y Organización de Empresas” y el resto de materias del proyecto curricular de cada centro.

❖ ECONOMÍA

Tenemos que tener en cuenta que nuestros alumnos ya han cursado la materia de Economía en 1º Bachillerato, con lo que los conceptos vistos en Economía y Organización de Empresas deberán completar y reforzar los vistos en el curso anterior.

❖ MATEMÁTICAS

Los conocimientos aprendidos por el alumno en esta asignatura relacionados con estadística, interpretación de tablas y gráficos le serán muy útiles a la hora de interpretar la realidad económica y predecir comportamientos futuros. También el cálculo de probabilidades facilita la realización de prospectivas de mercado que se aplicarán sobre todo en el tema de análisis de mercados dentro de la función comercial.

❖ GEOGRAFÍA

La localización de las empresas está íntimamente relacionada con el perfil geográfico de la zona en la que se instalan. Los conocimientos de los alumnos a cerca de estos perfiles geográficos pueden ayudarles a comprender mejor algunas de estas decisiones tomadas por las empresas.

❖ HISTORIA DEL MUNDO CONTEMPORÁNEO

Los acontecimientos históricos más recientes están directamente relacionados con el desarrollo económico y el éxito o fracaso de determinados modelos y sistemas económicos. El conocimiento de estos acontecimientos por parte del alumno, pueden permitirle obtener una visión más global y completa de lo que sucede.

❖ CIENCIAS DE LA TIERRA Y DEL MEDIO AMBIENTE

Economía y Organización de Empresas y esta materia, comparten la preocupación por el medio ambiente y las repercusiones que el deterioro del mismo puede tener sobre el bienestar y la calidad de vida de las personas.

❖ TECNOLOGÍA

La Tecnología aporta a la Economía un conocimiento de las variables del desarrollo tecnológico imprescindibles para evaluar su coste económico y social. Además el uso de las TIC está cada día más presente en el mundo de las empresas.

❖ QUÍMICA

La Química resulta importante para la Economía a la hora de abordar los procesos productivos, particularmente los procesos industriales y sus consecuencias desde el punto de vista económico.

13. – ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

A la hora de realizar una actividad, tendremos en cuenta el “antes”, el “durante” y el “después” de la misma.

“ANTES”

Antes de realizar la actividad y avisarles a los alumnos de la realización de la misma, tenemos que asegurarnos de que la vamos a poder llevar a cabo.

Si se trata de una visita a una empresa, deberemos contactar con ella, pedir cita para la visita, concertar el número de personas que irán, etc.

Si se trata de la visita de un experto en algún tema al centro, tendremos que hablar con él sobre los temas que nos interesa que exponga a los alumnos y en el nivel que debe hacerlo para que la visita sea lo más provechosa posible.

Del mismo modo, una vez concertada la visita o la charla con el experto, deberemos informar a los alumnos de la actividad que vamos a realizar. Para que se involucren más en ella, podemos pedirle que busquen información a cerca de esa empresa a la que vamos a visitar o sobre el tema a tratar.

“DURANTE”

No debemos olvidar que seguimos estando en una clase. El entorno y la metodología es diferente, pero es otra forma de impartir parte de la materia.

Los alumnos deberán estar atentos a las explicaciones para la realización de posteriores tareas.

Si realizamos actividades fuera del centro, no debemos olvidar que los alumnos siguen siendo nuestra responsabilidad y, por tanto, pondremos especial atención a sus actuaciones.

“DESPUÉS”

No queremos que este tipo de actividades se conviertan en una excusa para perder el tiempo o una simple salida del centro. Queremos que sean actividades que motiven a los alumnos dándoles la oportunidad de conocer una realidad que no pueden percibir en el aula.

Para obtener el máximo provecho de estas actividades, a los alumnos se les encomendará un trabajo a cerca de la visita o la actividad realizada.

Las actividades propuestas dentro de esta asignatura son las siguientes:

- Visita a una empresa que podría ser SAICA, HERALDO de ARAGÓN, BALAY, LACASA.

Es una forma de que los alumnos vean de otra manera los conceptos que se están aprendiendo en clase. Esto le puede ayudar los conceptos teóricos que se le hayan explicado y ver la realidad concreta del mundo empresarial. Esta salida también podría proporcionar a los alumnos algunas ideas para aplicar a su proyecto empresarial.

- Uso de la prensa, vídeo y medios de comunicación
La utilización de artículos breves y de fácil comprensión sobre informaciones que tengan que ver con los contenidos del temario. Ponemos a los alumnos en contacto con una realidad que deben empezar a comprender y ser capaces de emitir sus propios juicios valorados
- Charla de un experto en una determinada materia: sirve para ampliar conocimientos y profundizar éstos.
- Juegos de simulación.
Pueden aplicar los conocimientos, tomar decisiones, analizar y tratar información. Algunos ejemplos: SinCity (crear ciudades), RailRoad Tycoon (crear redes de ferrocarriles), Capitalism Pus (crear empresas), Theme Park (gestión de parques de atracciones)

14. – MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Hay que adaptar el currículo para los alumnos que lo precisen. Algunos de los alumnos que pueden necesitar de estas medidas son:

- Aquellos que pueden tener dificultades de comprensión y expresión oral y escrita (podríamos incluir a los alumnos inmigrantes)
- Los que poseen o muestran una escasa autonomía con necesidad de instrucciones precisas.
- Aquellos cuyos hábitos de trabajo son inadecuados.
- Aquellos que tienen interés, trabajan y se esfuerzan pero tienen baja autoestima.
- Los que tienen problemas con las relaciones sociales.

Tratamos de responder a este reto de la siguiente manera:

1- A través de actividades de enseñanza-aprendizaje:

Presentaremos una serie de actividades que motiven a los alumnos y les lleve por sí mismos a descubrir sus propias posibilidades, pudiendo detectar aquellos campos en los que presentan más dificultades.

Una vez descubiertos estos temas que les cuesta más asimilar, podremos actuar realizando alguna actividad de refuerzo que pueda complementar y afianzar los conocimientos.

2- Diversificando los niveles de dificultad

Propondremos diferentes tipos de actividades. Unas de ellas serán “básicas” para afianzar los conceptos básicos de la unidad y otras estarán relacionadas con la creación y la investigación que esté dispuesto a realizar cada alumno.

3- Atención a inmigrantes en el aula

No debemos olvidar que nos encontramos en 2º Bachillerato y que los alumnos inmigrantes que tengamos en clase, los suponemos con un nivel de comprensión suficientemente alto como para estar cursando dicho nivel. De todas formas, si tenemos algún alumno que presenta dificultades de comprensión y expresión, deberemos prestar especial atención sobre todo a la hora de encomendar tareas y en la realización de las pruebas escritas.

15. - BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES CONSULTADAS

- BOA número 80 de 5 de Julio de 2005
- Libro de apuntes Didáctica de Economía
- www.ecobachillerato.com

UNIDAD DIDÁCTICA:

NUEVA ECONOMÍA



M^a Pilar García Sanjuán

Raquel Cunchillos Rojano

ÍNDICE UNIDAD DIDÁCTICA

- 1) Descripción introductoria
- 2) Objetivos Didácticos
- 3) Contenidos
 - 3.1 Conceptos
 - 3.2 Procedimientos
 - 3.3 Actitudes
- 4) Actividades de enseñanza–aprendizaje
- 5) Actividades para la evaluación

1.- DESCRIPCIÓN INTRODUCTORIA

La Nueva Economía es un término que fue acuñado a finales de los años 90 para describir la evolución, en los Estados Unidos y otros países desarrollados, de una economía basada principalmente en la fabricación y la industria a una economía basada en el conocimiento, debido en parte a los nuevos progresos en tecnología y en parte a la globalización económica.

La Nueva Economía tiene tres rasgos fundamentales, profundamente interrelacionados.

- Se centra en la información y el conocimiento como bases de la producción, la productividad y la competitividad.
- Es una economía global, la producción y gestión de bienes y servicios se organiza a nivel planetario.
- La red es el sistema de organización en la Nueva Economía.

La principal característica de la Nueva Economía es la ausencia de fricción. La economía clásica tiene lugar en el espacio y en el tiempo, eso implica que cualquier actuación (económica o no) implica pérdidas de energía por causa de la fricción. Las transacciones económicas que tienen lugar a través de la red reducen considerablemente la fricción, debido a lo que se ha llamado 'la desaparición de las distancias', esa desaparición de las distancias, unida a la desmaterialización de la economía han sido presupuestos necesarios para el nacimiento de la Nueva Economía.

El fenómeno de la globalización está intrínsecamente unido al de la Nueva Economía. La economía mundial cada vez se encuentra más inter-relacionada, los mercados se amplían y flexibilizan, la producción se deslocaliza y las grandes empresas enfrentan la creciente competencia mediante alianzas y fusiones.

Algunos de los conceptos que se desarrollarán en esta unidad son : comercio electrónico, seguridad en Internet, uso de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, globalización económica.

2.- OBJETIVOS DIDÁCTICOS

A través de esta unidad se pretenden alcanzar los siguientes objetivos:

- Valorar la importancia que, para las empresas y la sociedad, tienen la investigación, las innovaciones tecnológicas y la implantación, de manera generalizada, de las nuevas tecnologías, así como las innovaciones en el campo de la organización del trabajo, tendentes a mejorar la calidad de vida.
- Tomar decisiones, a partir del análisis de una situación real o imaginaria, entre diferentes alternativas que se puedan plantear en el ámbito de todas las áreas funcionales de la empresa.
- Identificar las consecuencias que, para las empresas y la sociedad, tiene la globalización de la economía y las posibles líneas de conducta que se deben adoptar frente al fenómeno, adquiriendo conciencia de las desigualdades y efectos que el mismo genera. Extrapolar el fenómeno a las empresas de la comunidad autónoma.
- Considerar las nuevas tecnologías de la información como fuente de ventaja competitiva para las empresas que las utilizan y reconocerlas como generadoras de creatividad e innovación.
- Respeto por el medio ambiente: la situación actual de deterioro ambiental y el reconocimiento de los factores ambientales como bienes escasos cuyo coste social hay que considerar, justifican cada día más una mayor atención y respeto por el entorno natural en el que se desarrolla la actividad económica.

3.- CONTENIDOS: conceptos, procedimientos y actitudes

3.1 - CONCEPTOS

UNIDAD DIDACTICA: NUEVA ECONOMÍA

- 1) Introducción
- 2) Tecnologías de la información
 - Objetivos que persigue el uso de las Tecnologías de la Información
 - Cambios de la Tecnología de la Información
- 3) Comercio Electrónico
 - Organización comercial nueva
 - Modelos de negociación en la red
 - Flexibilidad y alcance
 - Implantación y pagos: el dinero electrónico
 - Seguridad en el negocio
- 4) La Globalización económica
 - Concepto
 - Ventajas e inconvenientes
- 5) Los problemas del medio ambiente
 - Tipos de contaminación
 - La industria y la protección del medio ambiente
 - Política ambiental en la Unión Europea
- 6) La competitividad internacional
 - Factores determinantes de la competitividad
- 7) La Ley de Internet
 - Protección de los destinatarios
 - Restricciones a la prestación de servicios
 - Obligaciones y responsabilidades
 - Códigos de conducta

ESQUEMA DE LA UNIDAD

La Nueva Economía	Permite el aumento de la productividad resultante de la innovación tecnológica
Tecnología de la Información	Sistema que utiliza los adelantos tecnológicos que proporcionan información puntual e integral
Comercio Electrónico	Transacción de productos o prestación de servicios a través de Internet
La Globalización	Globalización cultural, tecnológica, financiera... Hablaremos de globalización económica
La Ley de Internet	Incorpora el Ordenamiento jurídico español de la Directiva 2000/31/CE, relativa a algunos aspectos de la sociedad de la información

3.2 – PROCEDIMIENTOS

1. Lectura de prensa especializada en temas económicos y empresariales.
- 2.- Elaboración de conclusiones.
- 3.- Ver videos relacionados con los temas.
- 4.- Análisis de casos reales, aplicando los conceptos estudiados a los mismos.
- 5.- Contacto de los alumnos con las Nuevas Tecnologías

3.3– ACTITUDES

- 1.- Fomentar la participación activa del alumnado, para conseguir que sean capaces de formarse una opinión propia y defenderla con argumentos fundamentados
- 2.-Sensibilizar a cerca de las consecuencias que para el medio ambiente, las personas y la sociedad en general pueden derivarse de las conductas y decisiones de las empresas, sabiendo que nosotros también podemos aportar nuestro granito de arena.
- 3.-Fomentar la autonomía del alumno tanto en la búsqueda de información como en la comprensión de la misma.
- 4.-Concienciación de la utilización de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación en la práctica empresarial actual.

4.- ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

ACTIVIDAD 1

Duración: 90 minutos

Orientaciones para el profesor: a través de esta actividad, pretendemos acercar a los alumnos a un caso real de comercio electrónico. A través de ella pueden identificar ventajas e inconvenientes de este modelo de negocio, así como los elementos que han llevado al éxito a esta empresa.

Desarrollo de la actividad:

Analizaremos con los alumnos las características del comercio electrónico a través del estudio de un caso real: "Aceros de Hispania"

Para la realización de la actividad nos desplazaremos con los alumnos al aula de informática, ya que es interesante que puedan ver la página de este negocio on-line. (www.acerosdehispania.com)

Una vez en el aula, se repartirá a cada alumno una copia de la lectura que deben realizar. Esta lectura es una entrevista realizada a Ricardo Lop, dueño y creador de Aceros de Hispania. (fuente: www.aragondigital.es)

Cuando los alumnos hayan realizado la lectura de manera individual, éstos formarán grupos de 4-5 personas y debatirán entre ellos llegando a una opinión consensuada para responder de manera grupal a varias preguntas basadas en la lectura:

- 1) Identifica las ventajas e inconvenientes que puede presentar una tienda on-line. Aplícalas al caso concreto que nos ocupa.
- 2) ¿Cuáles creen que han sido las claves del éxito de Aceros de Hispania?
- 3) ¿Crees que es importante el posicionamiento en buscadores a la hora de comercializar productos en Internet? ¿Por qué?
Comprueba que lo que dice el texto a cerca del posicionamiento de Acero de Hispania es cierto.
- 4) Accede a la pagina www.acerosdehispania.com y responde a las siguientes cuestiones:
 - ¿crees que sería posible ofrecer todos los productos mediante un canal tradicional?
 - ¿qué es lo que más te llama la atención de la página? (organización, tipo de productos, cantidad de productos, etc?)
 - ¿qué recomendaciones darías al dueño de la tienda para mejorar algo?

Una vez que los alumnos hayan contestado las preguntas, se procederá a la puesta en común y comentario de los aspectos más relevantes.

El “pelotazo” de Internet en Teruel

www.aragondigital.es

08/01/2007

¿Quiere comprar un cuchillo de Albacete?, o mejor, ¿una espada de Toledo? Aunque tal vez quiera una réplica de la espada del Cid. Entonces, ponga eso en Google y encontrará Aceros de Hispania, una empresa de la provincia de Teruel especializada en este sector, y que vende todos sus productos por Internet.

Castelserás.- Ricardo Lop, el responsable de Aceros de Hispania, empieza así de rotundo la entrevista sobre su empresa: “Internet se ha hecho para provincias como Teruel”. Y teniendo en cuenta su modelo de negocio no le falta razón. Comercializa el cien por cien de sus ventas a través de la red por medio de su **página web**, especializada en la distribución de cuchillos, dagas, espadas, sables, hachas, armaduras, escopetas de aire comprimido y navajas.



Ricardo Lop es el responsable de Aceros de Hispania

Aceros Hispania está ubicada en Castelserás y nació al abrigo del boom de finales de los años noventa conocido como la explosión de las empresas “punto com”. Ricardo Lop recuerda que “desde el primer momento vimos las enormes posibilidades de venta que tenía Internet y decidimos poner una tienda virtual en la red”. Los inicios no fueron fáciles, puesto que muchos de los negocios fracasaron, la burbuja de Internet pronto se desinfló y las ventas previstas por Aceros de Hispania no eran las previstas.

Sin embargo, una fe ciega, que no irracional, en el modelo de negocio y los productos hicieron a Ricardo Lop continuar con la venta por Internet de todas sus referencias. Éste iba a ser el canal de comercialización único y con el paso del tiempo así ha sido. Tras estos inicios algo vacilantes, en los que la web poco a poco se fue llenando de contenido y mejorando poco a poco, las ventas se fueron abriendo paso y, con ellas, el camino que Ricardo había intuido que debía llegar.

En ese momento fue determinante para Aceros Hispania su incorporación al Programa PIPE 2000 de la Cámara de Comercio de Teruel, pensado para aquellas empresas que quieren comenzar su andadura exportadora. Como el propio Ricardo reconoce, “la incorporación al PIPE supuso un antes y un después para la empresa”. El apoyo de los consultores externos, la integración en los canales de internacionalización y la incorporación a la empresa de un agente PIPE lanzó este modelo de negocio a la realidad global de Internet.

“Gracias a la red”, explica Lop, “nosotros podemos vender en todo el mundo desde Castelserás. Por eso digo que Internet se inventó para sitios como Teruel. Una empresa que venda espadas en Toledo se tiene que preocupar por la tienda de enfrente. Yo tengo mi competencia en Estados Unidos o Francia”. Internet permite a Aceros Hispania llegar a mercados globales con sus

productos y con el posicionamiento y modelo de negocio que ellos han querido. Además, “una tienda que venda estos mismos productos en Madrid o en Barcelona tiene miles de personas a quien poder vender, pero yo no”, dice Lop.



Ricardo Llop comercializa todo tipo de aceros a través de Internet

Precio y servicio

Este modelo de negocio se basa en disponer de una amplia gama de productos a un precio más barato que la mayoría de tiendas de calle o “reales”, ofrecerlo en un tiempo razonable de distribución y no tener apenas material en el almacén. Cuando reciben un pedido por la web lo encargan a sus proveedores, lo reciben en su almacén, supervisan que todo está conforme a lo solicitado por el cliente y lo envían a destino. Además, cobran a corto plazo y pagan a largo, por lo que pueden disponer de cierta tesorería.

Aceros Hispania ha vendido sus productos en 85 países, (entre ellos Afganistán, por citar un ejemplo exótico) y ha recibido en lo que llevamos de año 2006 más de 1.400 pedidos por medio de su web. En cuanto a la distribución, uno de los frenos de la expansión de la venta por Internet, el responsable de la empresa explica que, por una parte, en su caso no es determinante el plazo de entrega; y por otra, estar situado en una ciudad más grande le podría dar una

ventaja competitiva de medio día.

Uno de los puntos fuertes de Aceros de Hispania es su posicionamiento en el buscador Google, el más utilizado por los internautas para encontrar información en la red. Ricardo Lop y sus colaboradoras han invertido cientos de horas en lograr que al introducir los criterios de búsqueda más habituales dentro de este sector: “espadas”, “cuchillos de Albacete”, “navajas”, “espadas vikingas” o “espadas de El Señor de los Anillos”, por citar sólo algunos ejemplos, www.aceros-de-hispania.com aparezca entre los dos o tres primeros sitios web que selecciona Google de forma gratuita, lo que de esta manera le da una situación preferente ante sus competidores mundiales.

En la actualidad, Aceros de Hispania da empleo a cuatro personas, tres que gestionan todo lo referido a gestión y tramitación de pedidos por medio de la web, y una que se dedica a controlar todo lo relativo a los paquetes que tienen que salir desde Castelserás a cualquier lugar del mundo. Y en esto tampoco es convencional esta empresa, puesto que no existen horarios estrictos que cumplir. “Prefiero que exista un buen clima de trabajo entre todos nosotros y que cada uno sea responsable del trabajo que tiene que hacer. Todos saben sus tareas y que hay que hacer cuarenta horas a la semana, mi experiencia me dice que los trabajadores implicados y motivados rinden más”, explica Ricardo Lop.

ACTIVIDAD 2

Duración: 30 minutos

Orientaciones para el profesor: a través de esta actividad queremos acercar a los alumnos al tema del consumo responsable. Son muchas las ofertas que podemos encontrar en la red, pero deben ser capaces de diferenciar las necesidades reales de compra de aquellas que sean un mero capricho.

Desarrollo de la actividad:

Entregaremos a los alumnos una serie de viñetas que les hagan reflexionar a cerca del consumismo y las compras impulsivas.

Cada uno de ellos reflexionará de forma individual sobre las preguntas que se le plantean. Una vez que haya pensado en ellas, se juntarán por parejas y pondrán en común sus opiniones. Después de unos minutos, las respuestas se pondrán en común con los demás compañeros de clase y con el profesor quien realizará una serie de indicaciones sobre consumo responsable.



Fuente: www.irreverendos.com

- 1.- Observa las imágenes y descríbelas brevemente
- 2.- ¿Crees que están desarrollando un comportamiento de "consumo responsable"? ¿Por qué?
- 3.- ¿Cuáles crees que son los rasgos que definen a un comprador compulsivo? ¿y a un comprador responsable?
- 4.- ¿En qué grupo te incluirías tú?
- 5.- ¿Fomentan las empresas y su publicidad un consumo responsable?

ACTIVIDAD 3

Duración: 120 minutos

Orientaciones para el profesor: Con esta actividad queremos que el alumno tome conciencia de los problemas medio ambientales y además se responsabilice tomando las medidas necesarias que este en sus manos.

Desarrollo de la actividad: la actividad propuesta consiste en ponerles una película/documental sobre el calentamiento global, en la cual te explica de manera sencilla y clara por qué se produce el calentamiento global, qué efectos tiene, qué evolución esta teniendo, y qué podemos hacer para evitar esta evolución tan negativa.

Largometraje: Una verdad incómoda. Ganó dos oscars en 2006 a Mejor Documental y Mejor Canción Original para "I Need to Wake Up

Reparto: Al Gore :Ex vicepresidente de los Estados Unidos entre 1993 y 2001 bajo la presidencia de Bill Clinton y candidato a la presidencia del país en el 2000, cuando perdió las elecciones presidenciales frente a George Walker Bush. Por la autoría de este documental Al Gore ha ganado el premio Nóbel de la Paz en octubre del 2007, premio que comparte con el Grupo Intergubernamental de expertos sobre Cambio Climático (IPCC, por sus siglas en inglés) de Naciones Unidas. Al Gore ha recibido también en 2007 el Premio Príncipe de Asturias de Cooperación Internacional.

Sinopsis: Por medio de las notas y exposiciones que ha presentado por todo el mundo, Al Gore revisa la evidencia científica del calentamiento global, discute sus aspectos políticos y económicos y describe las consecuencias que cree que el cambio climático global provocará si los gases de efecto invernadero producidos por el hombre no son drásticamente reducidos en un periodo de tiempo muy corto. También se intenta concienciar a la humanidad de los peligros que esto causa mediante la exposición de impactantes vídeos que muestran lo que sucederá.

En las actividades para la evaluación se preguntará este tema.

ACTIVIDAD 4

Duración: 60 minutos

Orientaciones para el profesor: Con esta actividad queremos que el alumno reflexione sobre los efectos positivos y negativos de la globalización y que piensen si se podrían tomar alguna medida o regular de alguna manera este proceso para poder evitar en la medida de lo posible los efectos negativos.

Desarrollo de la actividad: la actividad propuesta consiste en un debate sobre el tema de la globalización. He elegido este tema ya que la globalización es un proceso económico y social que se esta expandiendo en estos momentos a nivel planetario, por el cual cada vez existe una mayor interrelación económica entre todas las regiones del mundo. La producción, el consumo y la circulación, así como sus componentes: capital, mano de obra, materias primas, gestión, información, tecnologías, mercados... están organizados a escala global.

Los siguientes puntos que tienen que debatir son los siguientes:

Qué ventajas e inconvenientes tiene el proceso de la globalización para los países pobres o en vías de desarrollo.

Qué efectos positivos y negativos tiene dicho proceso para los países desarrollados.

Qué medidas se podrían tomar para evitar en la medida de lo posible los efectos negativos.

Para favorecer el debate, doy un esquema sobre alguno de los efectos positivos y negativos.

EFECTOS POSITIVOS:

Producción y distribución a gran escala: disminución de costes y por tanto del precio.

Competencia entre las empresas: disminución de precios.

La eficiencia en la producción: beneficios medioambientales.

Creación de áreas de "libre comercio" en distintas zonas mundiales que amplían las posibilidades de desarrollo a países que no lo estaban (UE-Este Europa, USA-Méjico...)

Crecimiento económico global.

Aumento de posibilidades de trabajo y obtención de ingresos superiores a los que tendrían en su países a emigrantes.

Los emigrantes que vienen a países más desarrollados mandan dinero a sus países.

- # Apertura y desarrollo de países al integrarse en el comercio mundial: especialmente los llamados países BRIC (Brasil, Rusia, India y China).
- # Por acumular la mayor parte de la población del planeta los anteriores, disminución de la pobreza en el mundo.
- # Aparición de formas de consumo responsable como el " comercio justo".

EFECTOS NEGATIVOS:

- #Concentración del poder económico: aumenta el poder de las multinacionales y pérdida del poder de los Estados.
- #Aumento de desigualdades norte-sur.
- #Falta de control de las empresas deslocalizadas, que emplean a personas en condiciones laborales penosas y no cumplen normas medioambientales en países sin desarrollar.
- #Nuevas formas de esclavitud: (emigrantes ilegales, trabajo infantil, prostitución..)
- #Empleo desmedido de recursos naturales.
- #Deslocalización industrial en países desarrollados: desempleo creciente y empeoramiento de condiciones laborales.
- #Creación de paraísos fiscales: evasión de impuestos en países de origen.

Para realizar este debate formare cuatro grupos, dos de ellos se tienen que identificar con los países pobres y pensar desde este punto de vista, otro grupo se tiene que identificar con los países desarrollados y el otro grupo se encargara de anotar cada uno de las intervenciones, y al final este grupo tendrán que exponer y argumentar las ideas dichas en clase y hacer una conclusión.

Regulación del debate: el equipo que inicia el tema expone los argumentos propios durante tres minutos, los otros dos grupos que no han intervenido tienen derecho a rebatir estos argumentos en el mismo tiempo y el equipo que defiende sus argumentos podrá contestarles con una intervención de un minuto por cada réplica.

5.- ACTIVIDADES PARA LA EVALUACIÓN

Los procedimientos y criterios de calificación de la asignatura quedaron expuestos en el punto ocho de la programación, pero a continuación presentamos alguna prueba para evaluar los conocimientos adquiridos en esta unidad.

ACTIVIDAD 1

Se trata de una **prueba escrita** compuesta por preguntas cortas a contestar por los alumnos:

UNIDAD DIDÁCTICA: NUEVA ECONOMÍA

Responde a las siguientes preguntas:

1. ¿Qué es la "Nueva Economía"?
2. ¿Cuáles han sido los principales cambios que han introducido las Tecnologías de la Información en las empresas?
3. Define brevemente:
 - B2C
 - B2B
 - B2A
4. La seguridad es uno de los problemas más importantes que surgen en el comercio electrónico, ¿cómo pueden las empresas ofrecer "confianza" en sus transacciones?
5. ¿Qué pueden hacer las Administraciones y el Estado para proteger a los usuarios de Internet?

ACTIVIDAD 2

Responde a las siguientes preguntas:

1. ¿Qué instituciones, acuerdos y acontecimientos tienen una gran influencia en la economía internacional?
2. Nombra dos efectos positivos, y dos efectos negativos del proceso de globalización.
3. ¿Cuales son los problemas planetarios en materia macroecológica?
4. ¿Qué elementos dañan la capa de ozono?
5. Di al menos 3 conferencias que ha habido sobre el cambio climático, y explica brevemente de qué han tratado.
6. ¿Qué hábitos puedes adquirir para frenar el cambio climático?
7. Enumera los factores determinantes de la competencia internacional.
8. ¿A quién se aplica la ley de Internet?
9. ¿Qué incorpora al ordenamiento jurídico español la ley de Internet?

© www.ecobachillerato.com

6.- BIBLIOGRAFÍA

Libro de texto 2º Bachillerato

Páginas webs:

www.econoaula.com

www.ecobachillerato.com

www.aragondigital.com

www.irreverendos.com

www.europa.eu