
PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA
EMPRESA Y DISEÑO DE MODELOS DE NEGOCIO
2º BACHILLERATO
CURSO 2024-2025

Ciudad
Educativa
Municipal

FUHem
Hipatia



Introducción

Esta programación está realizada siguiendo las indicaciones de la Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, Real Decreto 243/2022, de 5 de abril, por el que se establecen la ordenación y las enseñanzas mínimas del Bachillerato y DECRETO 64/2022, de 20 de julio, del Consejo de Gobierno, por el que se establecen para la Comunidad de Madrid la ordenación y el currículo del Bachillerato.

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

La materia de Empresa y Diseño de Modelos de Negocio tiene como finalidad que el alumnado estudie y analice las respuestas a los problemas que se plantean en el seno de las empresas y conozca sus nuevas formas de administración y gestión, con un enfoque actualizado y, sobre todo, adaptado a la realidad, considerando que la innovación es un factor clave de su actividad y que, en muchos casos, determina su supervivencia. Lo anterior está en consonancia con lo recogido en la Recomendación del Consejo de 22 de mayo de 2018 relativa a las competencias clave para el aprendizaje permanente, donde se recoge que las personas deben comprender la economía y las oportunidades sociales y económicas, así como las dificultades a las que se enfrenta una empresa, una organización o la sociedad.

Entender los nuevos modelos de negocio es fundamental para garantizar el potencial de posibilidades empresariales de la sociedad y, por tanto, lo es para el correcto desarrollo de la economía. Igualmente, la gestión de empresas es crucial para que surja la innovación y la creatividad que hacen que se desarrolle nuestra sociedad y que pueda solucionar los posibles retos futuros.

Objetivos generales de la etapa

Esta materia de modalidad está planteada para el segundo curso del Bachillerato de Humanidades y Ciencias Sociales. Se diseña tomando como referentes los descriptores operativos que concretan el desarrollo competencial esperado para el alumnado de Bachillerato. Asimismo, su diseño tiene en cuenta los objetivos fijados en la legislación vigente, contribuyendo a afianzar «el espíritu emprendedor con actitudes de creatividad, flexibilidad, iniciativa, trabajo en equipo, confianza en uno mismo y sentido crítico».

Persigue los siguientes objetivos:

- Aproximar al alumnado al conocimiento de la empresa como catalizador del desarrollo económico, destacando la innovación como un aspecto fundamental de la actividad empresarial e integrando los valores propios de la responsabilidad social corporativa.
- Fomentar una cultura emprendedora que potencie la creatividad y el espíritu de innovación, la reflexión crítica y la toma de decisiones fundamentadas para diseñar un modelo de negocio y analizar su posible viabilidad.

La materia de «Empresa y Diseño de Modelos de Negocio» tiene por objeto que el alumnado investigue, analice y comprenda las respuestas que las empresas, con independencia de su titularidad, dan a los desafíos a los que han de hacer frente. Teniendo en cuenta el valor de la innovación y los distintos modelos de organización, administración y gestión, los estudiantes deben aprender a conocer qué alternativas posibles y reales tiene una empresa habitualmente, sabiendo que, de las decisiones, pueden depender, en numerosas ocasiones, la eficiencia e, incluso, la supervivencia de una compañía. Por todo ello, se trabajan cuestiones como la razón de la existencia, las características y los tipos de organización y funcionamiento de las empresas, así como la responsabilidad social corporativa (RSC) o los factores que influyen en la toma de decisiones. El alumnado, sin importar que tenga una cultura económica previa, se aproxima al conocimiento de la empresa como instrumento de desarrollo económico, destacando el valor de la innovación. Del mismo modo, se inculca una cultura empresarial consciente.

Contribución de LA ASIGNATURA al desarrollo de las competencias básicas

- **Competencias Clave:**

La materia parte de la adquisición de todas las competencias clave por parte del alumnado en las etapas de Educación Primaria y Educación Secundaria Obligatoria, pero, de forma particular, de la competencia emprendedora, de la competencia ciudadana y de la competencia personal, social y de aprender a aprender. Estas se complementan aportando, por un lado, elementos que permiten comprender el funcionamiento de las empresas, las oportunidades sociales y económicas, así como las dificultades a las que se enfrentan con otros relacionados con la reflexión crítica y constructiva y la propuesta de soluciones a problemas y retos contemporáneos.

Se desarrolla a partir de aprendizajes significativos, funcionales y de interés para el alumnado y está organizada en torno a la adquisición de unas competencias específicas que tratan, en primer lugar, sobre la importancia que la actividad empresarial y el emprendimiento tienen en la transformación social. En segundo lugar, sobre el conocimiento del entorno para determinar las interrelaciones entre éste y las empresas. En tercer lugar, sobre el funcionamiento y estructura interna de las empresas, y la propuesta de nuevos modelos de negocio. En cuarto lugar, sobre la utilización de herramientas innovadoras y la valoración del uso de estrategias comunicativas por parte de las empresas. Por último, sobre la evaluación del modelo de negocio planteado,

utilizando herramientas de análisis empresarial, para obtener conclusiones sobre su viabilidad. Lo aprendido a lo largo del proceso realizado ofrece al alumnado los conocimientos, habilidades y destrezas necesarios para poder redactar y presentar un plan de empresa básico.

- **Competencias específicas:**

1. Analizar la actividad empresarial y emprendedora, reconociendo el poder de transformación que ejercen en la sociedad y reflexionando sobre el valor de la innovación y la digitalización en este proceso, para comprender el papel que desempeñan dentro del funcionamiento global de la economía actual. Entender la realidad desde una perspectiva económica es fundamental para comprender mejor nuestra sociedad, por eso es importante para el alumnado conocer el papel que las personas emprendedoras y las empresas tienen como elementos transformadores del contexto actual, el cual se caracteriza por su gran dinamismo y por la rápida incorporación de las nuevas tecnologías y sus múltiples aplicaciones. Todo ello está cambiando no solo la estructura productiva global, sino, también, la estructura económica y la sociedad en su conjunto, lo cual convierte la innovación en un elemento crucial para cualquier empresa. Esta competencia específica se conecta con los siguientes descriptores recogidos en el anexo I del Real Decreto 243/2022, de 5 de abril: CCL2, CD2, CD5, CPSAA1.2, CPSAA4, CC1, CE1 y CE2.
2. Investigar el entorno económico y social y su influencia en la actividad empresarial, analizando las interrelaciones empresas-entorno e identificando estrategias viables. El análisis de la realidad desde una perspectiva económica y social, permite que los alumnos tomen conciencia, por un lado, de los efectos del entorno sobre la empresa, y, por otro, de las consecuencias del funcionamiento empresarial sobre la propia sociedad o el ambiente, entre otros aspectos. Despertar la curiosidad y tener una visión abierta sobre la realidad es el punto de partida para la investigación del entorno socio-económico. Este conocimiento permitirá al alumnado identificar problemas a resolver y proponer soluciones empresariales que incrementen el bienestar social. Esta competencia específica se conecta con los siguientes descriptores recogidos en el anexo I del Real Decreto 243/2022, de 5 de abril: CCL2, CCL3, STEM4, CD1, CPSAA2, CPSAA5, CC4 y CE1.
3. Reconocer y comprender modelos de negocio actuales comparándolos con otros modelos tradicionales y aplicando estrategias y herramientas que faciliten el diseño creativo para proponer modelos de negocio que aporten valor, permitan satisfacer necesidades y contribuir al bienestar económico y social. En la actualidad las empresas, desde las más tradicionales hasta las más tecnológicas conviven en entornos dinámicos. Estos se caracterizan por la rapidez con la que suceden los cambios y la complejidad de los problemas a afrontar, lo que genera una enorme

incertidumbre sobre el futuro, y provoca un gran impacto en las decisiones estratégicas de las empresas. Los nuevos modelos de negocio como, por ejemplo, long tail, freemium, multiplataforma y app, permiten que las empresas se enfrenten a estos entornos y actúen con agilidad. El alumnado debe conocer estos modelos y ser capaz de proponer y diseñar otros nuevos con creatividad y espíritu innovador. Para generar modelos de negocio se propone el uso de la herramienta del lienzo CANVAS, con la que el alumnado elaborará su propuesta, pero también las actividades, los recursos y las asociaciones clave, así como los canales y las relaciones con clientes, la estructura de costes y las fuentes de ingresos. Junto a esta herramienta pueden trabajarse otras complementarias, como, por ejemplo, el mapa de empatía de clientes y el pensamiento visual entre otras. Las empresas en la actualidad plantean como objetivos la generación de riqueza y, a la vez, la innovación y el afán de mejora continua y de adaptación al entorno; pero también satisfacer las necesidades e incrementar el bienestar social. Esta competencia específica se conecta con los siguientes descriptores recogidos en el anexo I del Real Decreto 243/2022, de 5 de abril: CCL2, CCL3, STEM2, STEM4, CPSAA4, CC3 y CE1.

4. Valorar y seleccionar estrategias comunicativas de aplicación al mundo empresarial, utilizando nuevas fórmulas y obteniendo la información que se genera tanto en el ámbito interno como externo de la empresa, para gestionar eficazmente la información necesaria en el proceso de toma de decisiones y su correcta transmisión. La obtención de información en cualquier proceso de decisión y la comunicación eficaz es esencial para lograr objetivos en cualquier ámbito. De manera concreta, se observa en el ámbito empresarial donde el flujo de información es utilizado tanto por la empresa como por el resto de agentes que se relacionan con la misma. Todo esto se lleva a cabo a través del uso de estrategias comunicativas aplicables al mundo empresarial y muy ligadas a las nuevas tecnologías. Relacionado con lo anterior, el alumnado debe conocer estrategias de comunicación eficaces y ágiles en la gestión e intercambio de información entre la empresa y los agentes de su entorno, y saber aplicar diferentes herramientas comunicativas como la narración de historias o storytelling y el discurso en el ascensor o elevator pitch. En este proceso es esencial que el alumnado desarrolle una actitud cooperativa y respetuosa en su manera de comunicarse, aprenda a argumentar, a escuchar y a transmitir de forma eficaz lo que pretende dar a conocer. Por último, la globalización económica propia del siglo XXI implica que las empresas estén cada día más internacionalizadas y se comuniquen con mayor frecuencia utilizando otras lenguas. Para ello es fundamental que el alumnado aprenda y ejercite el uso de distintas lenguas para comunicarse con corrección y autonomía en diferentes situaciones. Esta competencia específica se conecta con los siguientes descriptores recogidos en el anexo I del Real Decreto 243/2022, de 5 de abril: CCL1, CCL3, CP1, CP2, CD3, CPSAA4 y CE2.
5. Realizar el análisis previsional del modelo de negocio diseñado, aplicando las herramientas de análisis empresarial necesarias para comprender todo el proceso

llevado a cabo y validar la propuesta del modelo de negocio. Las distintas herramientas de análisis empresarial aplicadas en diferentes momentos del proceso permiten obtener información para validar la propuesta del modelo de negocio. La validación se ha de hacer en un escenario simulado concreto ofreciendo al alumnado una visión global de todo el proceso y, al mismo tiempo, permitiendo la rectificación o el replanteamiento de cualquier decisión adoptada hasta el momento. Toda la información obtenida, las decisiones tomadas, incluyendo la justificación de las mismas, y los resultados de las herramientas de análisis utilizadas suponen la base para que el alumnado confeccione un plan de negocio básico. De este modo, el objetivo va encaminado a que el alumnado empatice y se ponga en lugar de la persona emprendedora, adquiera una perspectiva integral de todo el proceso llevado a cabo y aprenda tanto de los aciertos como de los errores. Esta competencia específica se conecta con los siguientes descriptores: CD2, CD3, CPSAA1.1, CPSAA5, CE1, CE2 y CE3.

Competencias Clave	CCL					CP			STEM					CD					CPSAA					CC				CE			CCEC			
	1	2	3	4	5	1	2	3	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4
Competencias Específicas	EMPRESA Y DISEÑO DE MODELO DE NEGOCIO 2º BTO																																	
1																																		
2																																		
3																																		
4																																		
5																																		

Saberes Básicos

Los saberes básicos que contribuyen a adquirir las competencias específicas se organizan en cuatro bloques. El primero, se centra en conocer el origen de un proyecto empresarial: la persona que arriesga y lleva a cabo la actividad, dentro de un contexto de responsabilidad social, de igualdad e inclusión, teniendo en cuenta el entorno, y siendo consciente de las tendencias cambiantes y de la importancia de poner el foco en la innovación como factor clave. El segundo bloque se orienta al análisis de las diferentes áreas funcionales de la empresa, enmarcadas bajo el concepto de modelo de negocio, que comprenden los ejes fundamentales que sustentan cualquier empresa, desde posturas más tradicionales a otras más innovadoras. El tercero incluye, por un lado, el estudio de patrones de modelos de negocio y se dirige a ofrecer al alumnado ejemplos vigentes que pueden servir como fuente inspiradora para otras propuestas que generen valor y se adapten a nuevos contextos; y por otro, presenta aquellos recursos y herramientas que ofrecen mayores posibilidades creativas y de innovación y que pueden ser aplicados en las diferentes fases del proceso. Por último, el cuarto

bloque, se vincula a aquellos saberes que permiten aplicar herramientas de análisis empresarial para determinar la viabilidad del proyecto. Incluye el análisis de las cuentas anuales con la finalidad de redactar un plan de empresa básico dentro de un contexto determinado.

Contenidos por bloques

Bloque A. La empresa y su entorno.

- El empresario. Perfiles. La importancia del emprendedor en la sociedad.
- La empresa: concepto, elementos, objetivos y funciones. Clasificación de las empresas desde el punto de vista económico. Localización y dimensión de la empresa. Las multinacionales. Crecimiento de la empresa: fusión, absorción y cooperación entre empresas. Marco jurídico que regula la actividad empresarial: el Código de Comercio y leyes sobre sociedades de capital. El Estatuto de los Trabajadores.
- El entorno empresarial. Responsabilidad social corporativa. Inclusión y emprendimiento.
- Empresa, digitalización e innovación. I+D+I. Teorías de la innovación. Tipos de innovación. Tendencias emergentes. Estrategias de innovación.

Bloque B. El modelo de negocio y de gestión.

- Empresa y modelo de negocio. Planificación y organización de la empresa.
- La función comercial. Investigación de mercados. Segmento de clientes. Los elementos del marketing mix. Canales de distribución del producto.
- Estrategias de marketing. Relaciones con clientes. Fuentes de ingresos. La digitalización de la función comercial.
- La función productiva. Proceso productivo. Eficiencia y productividad. Actividades clave. Recursos clave. Asociaciones clave. Estructura de costes: clasificación y cálculo de costes. Modelos de gestión y métodos de valoración de inventarios. PMP y FIFO. Economías de escala.
- La gestión de los recursos humanos. Habilidades que demanda el mercado de trabajo. La contratación y las relaciones laborales de la empresa. Las políticas de igualdad y de inclusión en las empresas. Elementos básicos de las nóminas.
- Liderazgo y dirección de la empresa. División del trabajo y departamentalización de la empresa. Organigramas y tipos de organigramas.
- La función financiera. Estructura económica y financiera. Inversión. Valoración y selección de inversiones. Valor Actual Neto. Tasa Interna de Rentabilidad. Plazo de recuperación. Recursos

financieros. Concepto de interés. Análisis de fuentes alternativas de financiación interna y externa. Instrumentos de financiación a corto y a largo plazo. Autofinanciación.

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

Bloque C. Herramientas para innovar en modelos de negocio y de gestión.

– El lienzo de modelo de negocio y de gestión: concepto, áreas, bloques, utilidad y patrones de modelos de negocio.

– El punto de vista de los clientes. Tipos de clientes. Análisis de las necesidades. Neuromarketing. Nuevas tendencias en la promoción de productos.

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

– La competencia y los nichos de mercado. Estrategias de segmentación. Posicionamiento en el mercado.

– Las herramientas de organización de ideas: Pensamiento Visual o Visual Thinking. Capacidad de síntesis. Ideación. Comunicación. Presentación de la idea. Tipos de presentación.

– El prototipado: concepto y utilidad. Posibilidades de prototipado: bienes, servicios y aplicaciones. Análisis de resultados.

– Las herramientas de presentación de un proyecto o de una idea. Metodología: narración de historias. Caso real. Otras metodologías.

– Los escenarios: exploración de ideas, escenarios futuros y nuevos modelos de negocio.

– Otras herramientas para innovar en modelos de negocio y de gestión.

Bloque D. Estrategia empresarial y métodos de análisis de la realidad empresarial: estudio de casos y simulación.

– El entorno del modelo de negocio. Previsión: tendencias clave. Macroeconomía: variables macroeconómicas. Competencia: fuerzas competitivas de Porter. Modelos de mercado.

– La evaluación previa de modelos de negocio: análisis DAFO, análisis previsional de ingresos y costes y el umbral de rentabilidad. Producir o comprar. Subcontratación de servicios por la empresa.

– La validación del modelo de negocio. Lean Startup. Desarrollo de clientes.

– La protección de la idea, del producto y de la marca. Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM). Oficina Europea de Patentes (OEP) y Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI).

– La toma de decisiones. Estrategias. Simulación en hoja de cálculo. Redacción de un plan de negocios básico.

– El análisis de resultados: estudio de mercado, análisis e interpretación de la información contable y análisis de estados financieros. Desequilibrios patrimoniales. Fondo de maniobra. Ratios financieras. Rentabilidad económica y rentabilidad financiera.

Secuenciación:

1ªEvaluación:

- Bloque A (completo)
- Bloque B:
 - La función productiva. Proceso productivo. Eficiencia y productividad. Actividades clave. Recursos clave. Asociaciones clave. Estructura de costes: clasificación y cálculo de costes. Modelos de gestión y métodos de valoración de inventarios. PMP y FIFO. Economías de escala.
 - Liderazgo y dirección de la empresa. División del trabajo y departamentalización de la empresa. Organigramas y tipos de organigramas.

2ªEvaluación:

- Bloque B:
 - La función comercial. Investigación de mercados. Segmento de clientes. Los elementos del marketing mix. Canales de distribución del producto.
 - Estrategias de marketing. Relaciones con clientes. Fuentes de ingresos. La digitalización de la función comercial.
 - La información en la empresa: obligaciones contables. Composición y valoración del patrimonio. Cuentas anuales e imagen fiel. Elaboración de balance y cuenta de pérdidas y ganancias. El Plan General Contable. Cálculo de los beneficios empresariales. EBITDA.
 - La función financiera. Estructura económica y financiera. Inversión. Valoración y selección de inversiones. Valor Actual Neto. Tasa Interna de Rentabilidad. Plazo de recuperación. Recursos financieros. Concepto de interés. Análisis de fuentes alternativas de financiación interna y externa. Instrumentos de financiación a corto y a largo plazo. Autofinanciación.

3ªEvaluación:

- Bloques C y D completos.

Situaciones de Aprendizaje

Empresa y Diseño de Modelos de Negocio aspira a crear aprendizajes significativos que muestren la importancia del emprendimiento y las empresas en el proceso de cambio y transformación social actuales. El conocimiento del entorno y del tejido empresarial, el funcionamiento y la estructura interna de las empresas, la propuesta de nuevos modelos de negocios y el uso de herramientas innovadoras y de estrategias comunicativas actualizadas, son elementos imprescindibles que han de tenerse en cuenta a lo largo del proceso de adquisición de las competencias específicas. Por ello, las metodologías activas son ideales para que las aplique el profesorado, ya que el estudiante sería el protagonista de su propio aprendizaje, que caracterizaría por ser competencial y autónomo. Para llevarlas a cabo, se pueden desarrollar actividades en las que se parta de la observación de la realidad económica que le rodea, realizando una investigación en equipo sobre lo observado en la que se midan determinados aspectos con herramientas económicas. Para a continuación, realizar un análisis de esos datos económicos y comunicarlos al grupo-clase mediante una exposición oral con ayuda de herramientas multimedia. Actividades que, finalmente, se pueden culminar con un debate guiado por el docente.

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

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

A modo orientativo de cómo pueden plantearse estas actividades que promueve la Economía, se presenta el siguiente ejemplo: la actividad descrita a continuación tiene como objetivo que el alumnado descubra, por sus propios medios y en grupo, el entorno y la responsabilidad social corporativa de las empresas cercanas. Para ello, se han de organizar equipos que investiguen acerca de medidas concretas que hayan realizado empresas de su alrededor, de distintos tipos y tamaños, para alcanzar los objetivos marcados en su política de RSC. A continuación, han de pensar acciones concretas que mejoren los objetivos planificados en la misma, utilizando herramientas de organización de ideas, como el Pensamiento Visual o Visual Thinking. Una vez decididas las acciones, simularán el proceso de comunicación a los empresarios para convencerles de su aplicación, usando la «narración de historias o storytelling» y «el discurso en el ascensor o elevator pitch». Cada equipo grabará un vídeo o editará un podcast en el que se simule la presentación de esas acciones de mejora a los directivos de la empresa y se expondrá en el aula ante sus iguales. Por último, y tras cada exposición, se realizará un debate, dirigido por el docente, sobre la idoneidad, la viabilidad y la eficiencia de las recomendaciones propuestas. Esta actividad se puede relacionar con los bloques de contenido A y C. Además, contribuye a desarrollar las competencias específicas 1, 2, 4 y 5 de este currículo.

Criterios de evaluación

Los criterios de evaluación van dirigidos a comprobar el grado de adquisición de las competencias específicas, esto es, el desempeño a nivel cognitivo, instrumental y actitudinal, que pueda ser aplicado en situaciones o actividades del ámbito personal, social y académico con una futura proyección profesional.

Competencia específica 1.

1.1. Comprender la importancia de la actividad empresarial y el emprendimiento dentro de la economía actual, reconociendo el poder de transformación que ejercen en la sociedad y reflexionando sobre el valor la innovación y la digitalización.

1.2. Analizar el papel de la I+D+I en el desarrollo social y empresarial, identificando nuevas tendencias y tecnologías que tienen un alto impacto en la economía.

Competencia específica 2.

2.1. Valorar la capacidad de adaptación ágil, responsable y sostenible de las empresas a los cambios del entorno y a las exigencias del mercado investigando el entorno económico y social y su influencia en la actividad empresarial.

2.2. Conocer los distintos tipos de empresa, sus elementos y funciones, así como las formas jurídicas que adoptan relacionando con cada una de ellas las responsabilidades legales de sus propietarios y gestores y las exigencias de capital.

2.3. Identificar y analizar las características del entorno en el que la empresa desarrolla su actividad, explicando, a partir de ellas, las distintas estrategias y decisiones adoptadas y las posibles implicaciones sociales y medioambientales de su actividad.

Competencia específica 3.

3.1. Proponer un modelo de negocio o de gestión diferenciado que permita dar respuesta a las necesidades actuales, comparando distintos modelos y utilizando estrategias y herramientas de diseño creativo.

3.2. Analizar las características organizativas y funcionales de la empresa, analizando a partir de ellas, las decisiones de planificación, crecimiento, organización, gestión y optimización de actividades, recursos y asociaciones clave del modelo de negocio.

3.3. Analizar y tomar decisiones sobre los procesos productivos desde la perspectiva de la eficiencia y la productividad, definiendo el soporte necesario para hacer realidad el modelo de negocio y valorando las diferentes opciones sobre la gestión de inventarios.

3.4. Analizar las características del mercado y explicar, de acuerdo con ellas, la propuesta de valor, los canales, las relaciones con clientes y las fuentes de ingresos del modelo de negocio.

3.5. Conocer las diferentes estrategias de gestión de los recursos humanos, y su relación con la motivación y la mejora de la productividad de un modelo de negocio.

Competencia específica 4.

4.1. Gestionar eficazmente la información y facilitar el proceso de toma de decisiones a partir de la información obtenida tanto en el ámbito interno como externo de la empresa y aplicando estrategias y nuevas fórmulas comunicativas.

4.2. Seleccionar estrategias de comunicación aplicadas al mundo empresarial, utilizando nuevas fórmulas comunicativas que faciliten la gestión eficaz de la información y la trasmisión de la misma a otros.

4.3. Exponer el proyecto de modelo de negocio llevado a cabo utilizando las herramientas necesarias que permitan despertar el interés y cautivar a los demás con la propuesta de valor presentada.

Competencia específica 5.

5.1. Validar la propuesta de modelo de negocio diseñado dentro de un contexto determinado, definiéndolo a partir de las tendencias clave del momento, la situación macroeconómica, el mercado y la competencia, comprendiendo todo el proceso llevado a cabo y aplicando técnicas de estudio previsional y herramientas de análisis empresarial.

5.2. Determinar provisionalmente la estructura de ingresos y costes, calculando su beneficio y umbral de rentabilidad, a partir del modelo de negocio planteado.

5.3. Elaborar un plan de negocio básico sobre un escenario simulado concreto, justificando las decisiones tomadas.

5.4. Analizar y explicar la situación económico-financiera, a partir de la información recogida tanto en el balance como en la cuenta de pérdidas y ganancias e indicando las posibles soluciones a los desequilibrios encontrados.

5.5. Analizar las diferentes fuentes de financiación necesarias para llevar a cabo el plan de negocio básico. Valorar distintos proyectos de inversión de acuerdo a distintos criterios, interpretando los resultados de los distintos escenarios tratados.

Instrumentos para la evaluación

Se realizarán tres evaluaciones de acuerdo a los contenidos del programa.

La evaluación será continua durante el período correspondiente. Las cuestiones que se planteen en la evaluación podrán comprender todos aquellos aspectos abordados hasta la fecha del examen en clase.

Los instrumentos de evaluación son:

Controles, teóricos, tipo test o prácticos, así como trabajos de investigación o similares: 30%.

Actividades dentro o fuera del aula. Para obtener la máxima puntuación el alumno deberá entregar todas las actividades propuestas, influirá además su participación activa en las clases y el aprovechamiento de las mismas: 10%.

Cada fallo en los aspectos anteriormente citados será penalizado con 0,25 puntos de la nota final, aclarando que las ausencias no justificadas se sancionarán de la siguiente manera:

Primera falta sin justificar no se tendrá en cuenta

Segunda falta -0,25

Tercera falta -0,25

Cuarta falta -0,5

Quinta falta sin justificar pérdida del derecho a examen

Examen global de evaluación: 60%

El examen de evaluación constará de tres partes: teoría, aplicación de la teoría a casos prácticos, y problemas.

Para aprobar la evaluación es necesario que obtenga una nota mínima de 5 en el examen global, sólo a partir de esta puntuación se elaborará la media ponderada con el resto de sus calificaciones.

El alumno perderá el derecho a la evaluación continua si acumula 5 faltas de asistencia sin justificar en una de las evaluaciones, en este caso sí podrá realizar el examen de recuperación en las evaluaciones 1ª y 2ª. Se realizará posteriormente al examen global de cada evaluación un examen de recuperación para aquellos alumnos que hayan suspendido la evaluación.

Extraordinariamente, a criterio del profesor, se podrán realizar tareas a final de cada evaluación que suban la calificación de la misma hasta un punto.

En los criterios de corrección se tendrá en cuenta la seguridad y precisión en las respuestas, la claridad de ideas, la organización del contenido, la redacción y la utilización correcta del vocabulario específico y de los conocimientos matemáticos necesarios.

La recuperación de la 3ª evaluación se realizará en el examen final de la convocatoria ordinaria. Con dos evaluaciones pendientes, el alumno deberá examinarse de toda la materia. En caso de tener una única evaluación pendiente, el alumno se examinará sólo de dicha evaluación.

A este examen final podrán presentarse los alumnos que quieran subir su calificación, en este caso la media final de la asignatura podrá subir hasta 2 puntos respecto a la media obtenida de las tres evaluaciones.

Si el alumno falta a los exámenes de evaluación o recuperación, éstos no se repetirán salvo que aporte un justificante oficial, los controles o exámenes parciales no se repiten pero si la ausencia está debidamente justificada el porcentaje de la nota pasará al examen final.

En la convocatoria extraordinaria, los alumnos deberán examinarse de todo el temario. Desde el seminario de Economía se facilitará una serie de ejercicios con el fin de que los alumnos puedan trabajar la parte práctica de la asignatura.

Cuando un estudiante intente aprobar la asignatura usando medios fraudulentos (copiar, entregar trabajos copiados, usar dispositivos digitales para acceder a información externa, entre otros) con la intención de aprobar la asignatura, módulo, materia o ámbito en lugar de demostrando sus propios conocimientos, la prueba quedará automáticamente anulada con la calificación de 0.

Aquellos/as estudiantes de 2º de Bachillerato que hayan defendido su trabajo dentro del Bachillerato de Investigación podrán obtener una subida de su nota, en una o varias asignaturas en función de la calificación obtenida en él (según lo establecido en el baremo de los criterios de calificación del proyecto de B.I). La subida será de un punto neto una vez establecida la calificación final de la asignatura.

Criterios de corrección

Por otro lado, la expresión debe ser correcta, en cuanto a uso de vocabulario específico, concreción y organización de la exposición. En los exámenes y controles se ponderará específicamente la capacidad expresiva y la corrección idiomática del alumno, y para ello se tendrán en cuenta:

- a) La propiedad del vocabulario.
- b) La corrección sintáctica.
- c) La corrección ortográfica (grafías y tildes).
- d) La puntuación apropiada.
- e) La adecuada presentación.

Hasta dos errores aislados no se penalizarán. Los errores ortográficos sucesivos se penalizarán con un descuento de 0,25 cada uno, los errores en las tildes restarán 0,1. La deducción efectuada en la nota global en relación con los cinco criterios podrá ser hasta un máximo de un punto. Reiteradas y graves incorrecciones idiomáticas podrán suponer incluso la calificación de suspenso.

Atención a las diferencias individuales

En Empresa y Diseño de Modelos de Negocio la atención a la diversidad se realiza estableciendo distintos niveles de profundización en los contenidos, seleccionando diferentes estrategias metodológicas y con la diversificación de las actividades y los instrumentos de evaluación.

El tratamiento de los **contenidos** conceptuales en cada unidad se lleva a cabo en dos niveles:

- Planteamiento de ideas generales y de los contenidos mínimos a través de esquemas que permitan la comprensión global de los aspectos esenciales. El conjunto de los alumnos debe obtener una comprensión similar sobre estos conceptos básicos.
- Profundización y estudio detallado de elementos concretos en función de las capacidades individuales y del nivel de desarrollo que hayan alcanzado en el aprendizaje.

Durante el desarrollo de cada unidad didáctica se realizan trabajos prácticos con diversas estrategias y técnicas para facilitar la asimilación y aplicación de los contenidos.

En la **metodología** también se atiende la diversidad utilizando (como se ha comentado en el punto referente a la metodología) diferentes estrategias didácticas:

- Una estrategia expositiva en los contenidos básicos. El objetivo es asegurar que esos contenidos son adquiridos por todos los alumnos, definiendo claramente el nivel que se quiere alcanzar en cada caso.

- Una estrategia indagatoria que permita a los alumnos profundizar en sus investigaciones según sean sus distintas capacidades e intereses.
- El trabajo cooperativo se utilizará en la parte práctica y teórica de la asignatura, y el análisis y la resolución de problemas se apoyará también, tal como se ha comentado previamente, con diverso material preparado por el propio departamento.

Con las **actividades** planteadas en cada unidad también se atiende la heterogeneidad de los alumnos. Una serie de actividades sirven para que el alumno compruebe el grado de comprensión de los contenidos básicos y, si fuera necesario, que pueda corregir sus errores. Otras actividades se utilizan para comprobar la capacidad de comprensión y análisis de problemas. Otras reforzarán los conceptos estudiados y otras profundizarán en ellos, y permitirán una evaluación a distintos niveles.

Contribución al Plan TIC

Todos los alumnos tienen ordenador personal y disponen de conexión a Internet, por ello en esta asignatura se tratará de fomentar un uso responsable de Internet y la correcta utilización de determinados programas como un procesador de textos, una hoja de cálculo, programas de gráficos y elaboración de presentaciones. Algunas actividades con las que se pretenden alcanzar estos objetivos son:

- Utilización de Moodle.
- Utilización de un banco de recursos informáticos que incluye algunas páginas web interesantes para los alumnos, entre ellas:
 1. <http://www.profes.net/>, de la Editorial SM, con exámenes de selectividad resueltos y gran cantidad de cuestiones teóricas y prácticas, organizadas por temas y con guías para su utilización en clase.
 2. <http://www.econoaula.com/>, web educativa e informativa de economía y sociedad con recursos didácticos muy diversos, mapas de conceptos, exámenes, películas, etc.
 3. <http://www.ecomur.com/>, portal de economía y de enseñanza con temas de actualidad y numerosos enlaces relacionados con la materia.
 4. <http://economia-mas-social.blogspot.com/>, con otra visión de la economía.

En clase se indicarán los materiales que pueden encontrar en cada una de estas páginas y cómo utilizarlos:

- Solicitar búsquedas concretas en Internet para trabajar especialmente la selección de información, el tratamiento y la crítica y análisis personal.
- Elaborar actividades que requieran la utilización de las TIC.
- Utilizar en el aula el material digital disponible, tanto el proporcionado por las editoriales como el elaborado por el departamento.

Aprovechar la pizarra digital y el aula de informática para que los alumnos aprendan a crear y modificar gráficos, imágenes, textos y presentaciones. Dado el carácter de la asignatura, se prestará especial atención al uso de una hoja de cálculo para trabajar funciones y crear y modificar gráficos.

Contribución al Plan de fomento y desarrollo de la lectura

Desde la asignatura de Empresa y Diseño de Modelos de Negocio se intentará crear en los alumnos hábitos lectores estables, y el placer de la lectura con la selección de artículos de opinión y de fragmentos significativos de determinados libros, tratando así de evitar el excesivo esfuerzo que puede suponer la lectura del libro completo, ya sea por su amplitud o complejidad.

Para favorecer la lectura comprensiva y la relación con los temas estudiados en clase se proporcionará, unas veces, una guía de lectura y, otras, se trabajará directamente en clase con la ayuda del profesor.

Actividades complementarias y extraescolares

Visita al ESIC (Escuela de Marketing y Negocios) en la 2ª evaluación.

Procedimientos de evaluación y revisión de los procesos y los resultados de las programaciones didácticas

La práctica diaria en el aula, según ha quedado reflejada en la programación, las múltiples variables que se suceden día a día y cada año académico obligan a tener un método de evaluar y revisar las programaciones anualmente.

Los aspectos que se revisan periódicamente o al finalizar el curso son los siguientes:

- La metodología empleada.
- Los instrumentos de evaluación.

- El grado de motivación del alumnado y su adecuación con los recursos utilizados para el aprendizaje.
- Los mecanismos de aprendizaje, la recuperación de materias.
- El grado de adquisición de los conocimientos mínimos.
- El grado de cumplimiento de la distribución temporal de los contenidos.
- Los resultados obtenidos.
- La elaboración de las pruebas de examen en función de los objetivos.
- La adecuación de los objetivos y contenidos a las características del grupo.

El proceso de evaluación y de revisión se realiza en las reuniones del Departamento de Ciencias Sociales y Humanidades; esto nos posibilita conocer y evaluar la marcha de las programaciones y analizar los resultados en cada evaluación, así como vigilar la consecución de los objetivos propuestos.

El departamento nos permite igualmente coordinarnos con los diversos profesores cuando compartimos materia profesores para poner exámenes en común o analizar ciertos aspectos de los programas (conceptos, láminas, autores, contenidos, comentarios de texto etc.).

Todo el proceso de análisis, revisión y evaluación se podrá hacer o bien al final de cada trimestre o bien a final del curso. En este último caso nos ayudaría a confeccionar la memoria.

A final de curso, en el proceso de elaboración de la 'memoria final', se hará una revisión de todo el mecanismo de evaluación de la programación, metodología y tareas llevadas a cabo por el Departamento. El resultado de esta revisión y de lo acordado a lo largo del curso serán las "propuestas de mejora" que se incluirán en dicha memoria y que servirán de base para la introducción de las modificaciones en esta programación que se consideren pertinentes.