
PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA
FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN
2º BACHILLERATO
CURSO 2025-2026

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 ORDEN 1736/2023, de 19 de mayo, de la Vicepresidencia, Consejería de Educación y Universidades, por la que se establecen los catálogos de materias optativas que los centros podrán incorporar a su oferta educativa en la Educación Secundaria Obligatoria y en el Bachillerato en la Comunidad de Madrid.

Fundamentos de Administración y Gestión es una materia con un carácter eminentemente práctico. Además, es una materia propedéutica para aquellos alumnos que quieren seguir estudiando un ciclo formativo de grado superior relacionado, especialmente, con la familia profesional de Administración y Gestión o con grados universitarios vinculados a la rama de conocimiento de las Ciencias Sociales y Jurídicas. Esta materia es caracterizada por su flexibilidad y empirismo y puede servir de complemento para aquel alumnado que estudia, a su vez, la materia de Empresa y Diseño de Modelos de Negocio, obteniendo otros enfoques teóricos y procedimientos prácticos. Para aquellos que no la cursan, supone una aproximación al contexto económico y al mundo empresarial. Asimismo, interactúa con otras materias como Matemáticas Aplicadas a las Ciencias Sociales II o Geografía, en sus elementos curriculares relacionados con la rama humana. Esto favorece el aprendizaje interdisciplinar, fomentando la posibilidad de transferir conocimientos, procedimientos y actitudes de una materia a otra.

Objetivos generales de la etapa

El principal objetivo de esta materia es que los alumnos aprendan a diseñar un plan empresarial, preferentemente por equipos, en el que se ponga en marcha la idea de negocio que han madurado tras aplicar técnicas que favorecen la creatividad y haber investigado los posibles nichos de mercado en los que se pueden introducir.

A través del proceso de elaboración, interiorizarán los procedimientos de cada una de las fases para la creación del proyecto empresarial, a la vez que se fomentarán habilidades como la tramitación documental, indispensable para gestionar los cometidos ordinarios, y actitudes comprometidas con el entorno, como ser consciente de la huella que genera la empresa que, como agente económico, produce en los ámbitos social y medioambiental.

Por todo ello, se promoverá que el alumnado desarrolle un espíritu innovador y emprendedor que acarree desarrollar la creatividad, la constancia, la tenacidad, el trabajo en equipo, la asunción del

riesgo, la detección de oportunidades, la sensibilidad respecto a los problemas locales y globales o el sentido de la responsabilidad.

Contribución de LA ASIGNATURA al desarrollo de las competencias básicas

- **Competencias Clave:**

Aunque la materia contribuya a la adquisición de la mayoría de las competencias clave de la etapa de Bachillerato, sobresalen los elementos curriculares relacionados con la competencia emprendedora, la digital, la comunicación lingüística y la ciudadana. Para ello, los esfuerzos docentes deberían dirigirse a que el alumnado interiorice un método de trabajo que combine la investigación, el trabajo en equipo, las habilidades de comunicación básicas para que, de esta forma, el alumnado pueda defender con garantías el proyecto empresarial final.

- **Competencias específicas:**

1. Conocer los principales aspectos de la innovación y el emprendimiento, aplicando técnicas consolidadas en el proceso creativo y motivacional, para desarrollar un proyecto empresarial competitivo, realista y sostenible que tenga posibilidades de progresar en la dinámica económica actual. A lo largo de la historia, es innegable la estrecha relación existente entre innovación y sociedades prósperas. De hecho, actualmente, los Estados que más invierten en I+D+i son aquellos que copan los primeros puestos en indicadores tan significativos como el Índice de Desarrollo Humano (IDH) o el Índice de Progreso Social. El interés ampliado en las últimas décadas por parte del mundo de los negocios por la innovación de productos y servicios para diferenciarse del resto de competidores, ha propiciado que esta sea un pilar fundamental en la cultura empresarial. Asimismo, una actitud emprendedora es indisociable de la figura del empresario, que ha de estar motivado contantemente en su cometido, alerta ante la presentación de oportunidades y consciente del riesgo que supone el aventurarse en la creación de una start-up o en el lanzamiento de un nuevo producto o servicio. El estudio y la puesta en práctica de dinámicas creativas, tales como el brain storming o el método Scamper, al igual que de técnicas como el análisis DAFO o el lienzo de negocios, introducirá al alumnado en el mundo de la innovación empresarial, siendo este el primer escalón para generar un proyecto empresarial original, viable y respetuoso con el medio ambiente. Esta competencia específica se conecta con los siguientes descriptores recogidos en el anexo I del Real Decreto 243/2022, de 5 de abril: STEM3, CPSAA1.1, CE1, CE2, CE3.
2. Analizar los diferentes tipos de empresas y los aspectos que configuran su organización interna, teniendo en cuenta el papel social y medioambiental que ostentan las empresas, para poder diseñar los objetivos y determinar los recursos del proyecto empresarial a través de decisiones racionales, planificadas, éticas y eficientes. Aparte de crear una idea innovadora, uno de los primeros pasos para configurar una empresa es elegir los rasgos

jurídicos, organizativos o identitarios que la van a definir. Por ello, el alumnado ha de conocer los diferentes criterios de clasificación de las empresas, así como las variables que pueden influir en su localización o dimensión, y poder, de esta forma, establecer unos objetivos y una organización más acorde a los recursos disponibles. Determinar estos elementos y elaborar organigramas serán aspectos clave en la configuración del proyecto empresarial. Por otro lado, las empresas, unidades fundamentales del sistema productivo, han de ser conscientes que su actividad genera un impacto decisivo en los ámbitos social, económico y medioambiental. Para gestionar esta responsabilidad, las empresas elaboran un plan de responsabilidad social corporativa con el que tratan de mitigar esa huella, aumentando el bienestar de la sociedad y, además, mejorando la reputación corporativa. Este adquiere todavía más importancia tras la promulgación de la Directiva sobre la diligencia debida de las empresas en materia de sostenibilidad (Directiva 2022/2464 del Parlamento Europeo y del Consejo de 14 de diciembre de 2022 por la que modifican el Reglamento (UE) nº 537/2014, Directiva 2004/109/CE y Directiva 2006/43/UE), por lo que respecta a la presentación de información sobre sostenibilidad por parte de las empresas), en la que las grandes corporaciones europeas deberán publicar en su página web un informe sobre las acciones adoptadas en cuanto a los efectos negativos, actuales y potenciales, provocados por su actividad, especialmente en materia de derechos humanos y medio ambiente. Esta competencia específica se conecta con los siguientes descriptores recogidos en el anexo I del Real Decreto 243/2022, de 5 de abril: STEM5, CPSAA2, CC1, CC2, CC4.

3. Identificar los principales procedimientos legales ante los organismos públicos, manejando los servicios y herramientas electrónicos que ofrece la administración, para materializar el proyecto empresarial de forma diligente. Una de las tareas más áridas y que generan más dificultades en el proceso de crear una empresa es gestionar todos los trámites relacionados con la burocracia. Son numerosas las obligaciones documentales para con la Agencia Tributaria, la Seguridad Social, el ayuntamiento, el Registro Mercantil o la Inspección de Trabajo, entre otros. No obstante, desde que se puso en marcha la Administración electrónica y las herramientas identificativas para autenticarse y realizar entregas de documentos de forma virtual, como el certificado electrónico, Cl@ve PIN, DNI electrónico o Autofirm@, se han agilizado de forma significativa los tiempos dedicados y los recursos dedicados a estas tareas. Por tanto, solventar las primeras obligaciones con las instituciones anteriormente mencionadas y saber emplear estos medios digitales son una de las habilidades básicas que el alumno ha de adquirir al cursar esta materia. El objetivo es que, a través de las herramientas digitales mencionadas anteriormente, se simulen estos procedimientos administrativos para poder relacionarse de forma eficaz y responsable ante dichos organismos. Aunque los diferentes procesos no podrán completarse por razones obvias, la idea es que el alumnado, sin aspirar a ser expertos, se familiarice con el funcionamiento institucional, el vocabulario de corte administrativo y sepa localizar e interpretar información actualizada de las gestiones más significativas. Esta competencia específica se conecta con los siguientes descriptores recogidos en el anexo I del Real Decreto 243/2022, de 5 de abril: CD1, CD3, CC1, CC2.

4. Diferenciar las múltiples funciones de las áreas departamentales de una empresa, aplicando las herramientas digitales más apropiadas para cada una de ellas, con el fin de adquirir una visión global de la misma y poder resolver situaciones cotidianas atendiendo a los objetivos corporativos. Esta competencia específica es la que recoge un mayor número de conocimientos, habilidades y destrezas, como así se plasma en sus criterios de evaluación. Supone conocer las competencias de cada uno de los departamentos básicos por los que está compuesta una empresa mediana o grande: compras, comercial, recursos humanos y financiero. Por ello, será la que ocupe un mayor número de horas lectivas a lo largo del curso. De esta forma, simulando las funciones del departamento de compras, el alumnado podrá entrar en contacto con la documentación que se maneja habitualmente con los proveedores, aplicar el modelo de Wilson a los inventarios o valorar las existencias finales mediante diferentes métodos (PMP, FIFO, LIFO). Si se reprodujeran funciones del departamento comercial, se puede utilizar la táctica de la segmentación de mercados para optimizar recursos, la investigación de mercados para conocer la competencia o elaborar la estrategia de las 4 P del marketing. En el caso de representar las tareas del área de recursos humanos, se podrá analizar y elaborar un currículum vitae y sus variantes, conocer los elementos de la nómina y los diferentes tipos de contrato o interpretar a los sujetos que participan en un proceso de selección de personal; además, abordar cuestiones como las diferencias salariales o la importancia del liderazgo y el respeto por la legislación laboral son necesarias y cruciales para la formación del futuro empresario de cara a la responsabilidad adquirida para con la sociedad. Por último, al escenificar algunas de las funciones más importantes de la sección financiera, el alumnado podrá elaborar balances de situación, cuentas de pérdidas y ganancias, tener una visión global de los impuestos a pagar, valorar inversiones a través del pay-back, el VAN, la TIR o introducirse en el mundo de la financiación, diseñando, incluso una campaña de crowdfunding. Para adquirir todas estas habilidades, serán indispensables el uso y manejo de las TIC. Actualmente, es inconcebible una empresa que no ha iniciado el proceso de digitalización. Por ello, el alumnado ha de adquirir nociones básicas sobre el uso de la hoja de cálculo, las redes sociales virtuales relativas al mundo laboral, el software contable o el relacionado con el marketing digital. Esta competencia específica se conecta con los siguientes descriptores recogidos en el anexo I del Real Decreto 243/2022, de 5 de abril: CCL3, CP3, STEM1, STEM2, CPSAA3.1, CPSAA3.2, CC3, CC4.
5. Desarrollar competencias comunicativas y técnicas de negociación con diferentes sujetos, simulando posibles situaciones habituales en el mundo empresarial, para tomar conciencia de que la comunicación es un pilar básico para la confianza en el proyecto empresarial. Esta competencia específica complementa a la anterior, pues las habilidades comunicativas que se pretenden adquirir con ella son desarrolladas por los diferentes departamentos. De esta forma, será fundamental aplicar técnicas de negociación con los proveedores desde el departamento de compras o con potenciales clientes desde el departamento de ventas. Asimismo, desde el área financiera se contactará con entidades de crédito y compañías de seguro y desde recursos humanos con aspirantes que deseen formar parte de nuestro equipo o encajen en el perfil trazado según las necesidades y objetivos de la empresa. El trabajo en equipo a la hora de simular escenarios ordinarios del mundo empresarial será

clave para poder adquirir esta competencia. El role playing puede ser una técnica muy interesante y eficaz para conseguir los objetivos planificados que atañen a esta competencia, ya que propicia que el alumno se implique en la dinámica de la clase, participando en esta de forma activa y aumentando su grado de atención. Esta competencia específica se conecta con los siguientes descriptores recogidos en el anexo I del Real Decreto 243/2022, de 5 de abril: CCL1, CCL5, CE2, CE3.

6. Elaborar, diseñar y exponer una idea de negocio original en un proyecto empresarial, poniendo en práctica diferentes habilidades comunicativas en presentaciones eficaces y de alto impacto, para persuadir a una audiencia diversa de que es viable. Tal y como se ha comentado en el preámbulo, la elaboración de un proyecto empresarial es el objetivo principal de esta materia. Para materializarlo, hemos de haber adquirido las competencias anteriormente descritas. Igualmente, se han tenido que trabajar diferentes herramientas digitales que servirán como apoyo para poder transmitir de forma audiovisual a un público potencial y variado la idea de negocio que se quiere plasmar, adaptándose al mismo según sus características. La comunicación de la idea ha de construirse a través de un relato concienzudamente estructurado e ingeniosamente narrado para poder captar la atención de posibles inversores, participantes o prestamistas y, de esta forma, convencerles de que la idea puede salir adelante. Igualmente, se pretende que el alumnado esté preparado para recibir un feedback de esa potencial audiencia y que pueda preparar una respuesta a la misma de forma eficaz y eficiente. Por ello, los alumnos han de ser capaces de sintetizar cuestiones complejas y manejar con soltura datos y conceptos técnicos concernientes a la economía. Igualmente, se trata de que se familiaricen con las exposiciones en público y adquieran seguridad para el día de mañana, poniendo en práctica las claves de la comunicación no verbal (kinésica, paralingüística, proxémica) y verbal (oral y escrita). Por otro lado, la utilización de medios audiovisuales y el empleo de herramientas digitales son imprescindibles para transmitir el mensaje final o proyecto empresarial, por lo que se procurará un uso creativo, respetuoso con los derechos de autor, seguro y crítico de los mismos. 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, STEM4, CD2, CD3, CD4, CPSAA1.2, CPSAA5, CE1.

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	FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN 2º BTO																																				
1																																					
2																																					

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
3																																		
4																																		
5																																		
6																																		

Saberes Básicos

Los contenidos se han formulado lo suficientemente abiertos para que el docente los adapte a las necesidades de los proyectos del alumnado, y lo suficientemente concretos para que el alumnado adquiera una base sólida y una visión general de la gestión y la administración de la empresa.

Se encuentran divididos en nueve bloques. El primero de ellos, titulado «Innovación empresarial. La idea de negocio: el proyecto de empresa», pretende resaltar la importancia de la I+D+i en aquellas economías desarrolladas que tienen como meta un crecimiento económico fuerte, justo y responsable con el medio ambiente, además de la influencia decisiva que adquieren los factores externos a la empresa para su evolución. La parte más empírica estaría relacionada con las dinámicas creativas, fundamentales para esbozar en estos primeros momentos la idea de negocio que se quiere defender en el proyecto empresarial.

El segundo bloque, denominado «La organización interna de la empresa. Forma jurídica y recursos», ofrece las claves para decidir acerca de la marca, la organización o los objetivos que van a caracterizar a la empresa. Asimismo, se profundizará en el papel que puede llegar a tener una empresa aplicando unas políticas de responsabilidad social corporativa que apunten al bienestar de la ciudadanía.

El tercer bloque, llamado «Documentación y trámites para la puesta en marcha de la empresa», intenta que el alumnado se familiarice con los trámites administrativos que ha de realizar para poner en marcha el negocio y con las nuevas formas digitales que favorecen una relación más fluida con los organismos públicos. Además, se tratará de que el alumnado perciba que el emprendedor puede ser apoyado e impulsado por la Administración a través de diferentes ayudas, tanto intangibles como pecuniarias.

El cuarto bloque, «El plan de aprovisionamiento», propone una visión general de las tareas que le son propias al área de compras, incidiendo en las relaciones estrechadas con los proveedores y la documentación generada por ellas. Igualmente, se incide en el uso y manejo de la hoja de cálculo como elemento cotidiano en la gestión empresarial.

El quinto bloque, designado «Gestión comercial y de marketing en la empresa», plasma los principios sobre los que se sustenta la mercadotecnia. Es una extraordinaria oportunidad para analizar el mercado y ver si realmente puede ser viable el producto o servicio elegido para el proyecto.

El sexto bloque, «Gestión de los recursos humanos», expone las bases que orientan el buen funcionamiento de este departamento. Se analizan las potenciales necesidades de personal, al igual que los procesos de reclutamiento y selección por el que es incorporado a la organización. La tramitación de la documentación generada por este departamento y la de los planes de prevención de riesgos laborales, son aspectos fundamentales con los que el alumno ha de familiarizarse.

El séptimo y el octavo bloque, «Gestión de la contabilidad de la empresa» y «Gestión de las necesidades de inversión y financiación. Viabilidad de la empresa», se aproximan a las funciones que desempeña el departamento financiero, haciendo una breve, pero adecuada introducción a la disciplina de la contabilidad.

Por último, el noveno bloque, bautizado como «Exposición pública del desarrollo de la idea de negocio», se centra en la presentación del proyecto empresarial ante una audiencia en el que el alumnado ha estado trabajando a lo largo del curso. Las técnicas de comunicación y presentación a un auditorio, apoyadas en herramientas digitales y audiovisuales, serán primordiales en el momento de la evaluación del mismo.

Contenidos por bloques

Bloque A. Innovación empresarial. La idea de negocio: el proyecto de empresa.

- I+D+i como fuente de crecimiento económico y sostenibilidad.
- Emprendimiento e innovación empresarial.
- Dinámicas para la creación, el análisis y la selección de ideas de negocio.
- Análisis de mercados. El entorno de la empresa.
- El proyecto de empresa: estructura y contenido.

Bloque B. La organización interna de la empresa. Forma jurídica y recursos.

- La organización interna de la empresa: estructura organizativa y funcional.
- Criterios de clasificación de las empresas y tipos de empresas. Forma jurídica.
- Elección del nombre de la empresa y diseño de la identidad visual corporativa.

- Localización y dimensión.
- El umbral de rentabilidad.
- Objetivos.
- La responsabilidad social de la empresa. Economía circular. El compromiso local del proyecto empresarial.
- Asignación de recursos del proyecto empresarial.

Bloque C. Documentación y trámites para la puesta en marcha de la empresa.

- Trámites generales para los diversos tipos de empresa.
- Trámites específicos para determinados negocios.
- Constitución e inscripciones en registros.
- La Administración electrónica. Certificados, facturas y firmas electrónicas.
- Organismos de asesoramiento y ayuda para el emprendedor. Puntos de Atención al Emprendedor (PAE).

Bloque D. El plan de aprovisionamiento.

- El aprovisionamiento: objetivos y necesidades.
- Selección de proveedores.
- Gestión de las relaciones con los proveedores. Técnicas de negociación y comunicación.
- La hoja de cálculo como herramienta del plan de compras y control de stocks.
- Documentación relacionada con proveedores: el presupuesto, el pedido, el albarán y la factura.

Bloque E. Gestión comercial y de marketing en la empresa.

- Comercialización de productos o servicios.
- Fijación de estrategias y objetivos.

- Técnicas y aplicación de investigación de mercados.
- Los elementos del marketing mix.
- Concepto y principales herramientas del marketing digital.

Bloque F. Gestión de los recursos humanos.

- Planificación de los recursos humanos.
- Procedimientos relativos a la búsqueda y selección de personal. Instrumentos y herramientas digitales.
- Gestión de la documentación que general el proceso de contratación y el proceso de retribución del personal y las obligaciones de pagos.
- Obligaciones administrativas del empresario frente a la Seguridad Social.
- La prevención de riesgos laborales.
- Ayudas, bonificaciones, subvenciones e incentivos para la contratación de personal.
- Planes y medidas de igualdad de derechos en las empresas.

Bloque G. Gestión de la contabilidad de la empresa.

- Principales documentos contables.
- Obligaciones contables y documentales de la empresa.
- El proceso contable básico.
- Tramitación de las obligaciones fiscales y contables de la empresa.
- Uso de herramientas digitales para la simulación contable del proyecto empresarial.

Bloque H. Gestión de las necesidades de inversión y financiación. Viabilidad de la empresa.

- Evaluación de las inversiones a realizar y de sus fuentes de financiación.
- Análisis de la viabilidad de empresa.

- Control de tesorería.
- Relaciones con intermediarios financieros.

Bloque I. Exposición pública del desarrollo de la idea de negocio.

- Comunicación externa e interna en la empresa.
- Técnicas para el diseño de la narrativa del proyecto empresarial.
- Habilidades de comunicación escrita, verbal y no verbal.
- Uso de herramientas digitales en la elaboración y exposición del proyecto de empresa.

Secuenciación:

1ªEvaluación:

- Bloques A, B y C.

2ªEvaluación:

- Bloques D, E y F.

3ªEvaluación:

- Bloques G, H e I.

Situaciones de Aprendizaje

La metodología a seguir podría estar fundamentada en un enfoque que considere las capacidades e inquietudes económicas del estudiante como centro y punto de partida del proceso de enseñanza-aprendizaje.

Es recomendable proponer situaciones de aprendizaje que permitan plantear actividades significativas, relevantes, lo más aproximadas a la realidad, que integren los contenidos y se encaminen a la adquisición de las competencias específicas, cuya consecución será analizada por los criterios de evaluación. De la misma manera, el aprendizaje basado en proyectos, el trabajo grupal, el aprendizaje basado en problemas, la ludificación, el debate y la reflexión crítica son también pilares de la educación integral hacia la que se sugiere que se dirija el esfuerzo docente.

Se realizarán varias situaciones de aprendizaje durante el curso:

1. El alumnado asumirá el papel de un equipo emprendedor encargado de identificar una necesidad del entorno y generar diversas ideas de negocio para cubrirla. Mediante técnicas creativas como el brainstorming, el mapa mental o el método SCAMPER,

deberán seleccionar la idea más viable aplicando criterios de innovación, impacto social y sostenibilidad.

El proceso culminará con la presentación de su idea ante un jurado simulado de 'inversores' (compañeros y profesorado).

2. El alumnado analizará cómo las empresas pueden contribuir al desarrollo sostenible mediante la responsabilidad social y la economía circular. A partir de casos reales (por ejemplo, Ecoalf, Acciona o Too Good To Go), deberán diseñar una propuesta de mejora ambiental y social para una empresa seleccionada, considerando el compromiso local y la relación con la comunidad.
3. El alumnado se pondrá en la piel de un gestor o asesor empresarial encargado de tramitar las obligaciones fiscales y contables de una pyme. Deberán identificar los principales impuestos, elaborar asientos contables básicos y simular la presentación de modelos tributarios sencillos (IVA, IRPF, Impuesto de Sociedades).
4. Creación de un modelo de negocio en el cual se desarrolle la creación de una empresa ficticia por parte de los alumnos con desarrollo del producto que pretendan vender.

Criterios de evaluación

Competencia específica 1.

1.1 Aplicar dinámicas creativas para elaborar una idea de negocio innovadora, reflexionando sobre la importancia de la misma en el mundo empresarial.

1.2 Trabajar en equipo para estructurar un proyecto empresarial, manteniendo una comunicación fluida entre los miembros y desarrollando cada uno de ellos una actitud proactiva y un espíritu emprendedor.

1.3 Analizar la información económica del sector de actividad empresarial en el que se situará la empresa, utilizando esta como punto de partida para arrancar el proyecto.

1.4 Seleccionar una idea de negocio, valorando y argumentando de forma técnica en cuanto a su viabilidad económica, financiera y medioambiental la elección.

Competencia específica 2.

2.1 Determinar la organización interna de la empresa, previendo diferentes tipos de recursos para cada unidad y teniendo en cuenta los objetivos y fines de la empresa.

2.2 Diseñar la identidad visual corporativa de la empresa.

2.3 Razonar la elección de la forma jurídica y de la localización de la empresa.

2.4 Establecer los objetivos sociales y medioambientales a alcanzar con el proyecto empresarial, identificando los valores de la empresa en el plan de responsabilidad social corporativa.

Competencia específica 3.

3.1 Identificar los organismos ante los que deben realizarse los trámites legales necesarios para la puesta en marcha del negocio.

3.2 Gestionar la documentación necesaria para la puesta en marcha de una empresa.

3.3 Realizar, de forma simulada, trámites fiscales y laborales con la administración electrónica, mostrando autonomía en la búsqueda de información para llevarlos a cabo.

Competencia específica 4.

4.1 Utilizar diferentes herramientas digitales de tipo administrativo, tributario, mercadotécnico, contable y de selección de personal, realizando simulaciones relacionadas con el proyecto empresarial.

4.2 Establecer los objetivos y las necesidades de aprovisionamiento, identificando los documentos relacionados con los proveedores.

4.3 Desarrollar la comercialización de los productos o servicios de la empresa y el marketing de los mismos, analizando las políticas de marketing aplicadas y comparando los precios fijados con los de la competencia.

4.4 Planificar la gestión de los recursos humanos, gestionando la documentación que genera el proceso de selección de personal y contratación.

4.5 Reconocer la importancia del plan de prevención de riesgos laborales en el proyecto empresarial.

4.6 Analizar y representar los principales hechos contables de la empresa, cumpliendo con los criterios establecidos en el Plan General de Contabilidad (PGC).

4.7 Conocer los principales impuestos que han de pagar las empresas españolas, comprendiendo la importancia de los mismos para el progreso y bienestar de la sociedad.

4.8 Determinar la inversión necesaria y las necesidades financieras para la empresa, identificando las alternativas de financiación posible y comprobando la viabilidad económica de la misma.

Competencia específica 5.

5.1 Planificar la gestión de las relaciones con los proveedores, aplicando técnicas de negociación y comunicación.

5.2 Realizar procesos de selección de proveedores, analizando las condiciones técnicas.

5.3 Aplicar procesos de comunicación y habilidades sociales en situaciones de atención al cliente o con intermediarios financieros.

5.4 Conocer las fuentes de reclutamiento de personal y las diferentes fases del proceso de selección de personal.

Competencia específica 6.

6.1 Exponer y comunicar de forma clara y concisa el proyecto de empresa, captando la atención de la audiencia y adaptando los mensajes que se quieren transmitir a la misma.

6.2 Utilizar herramientas digitales que apoyan la comunicación y presentación del proyecto de forma efectiva.

6.3 Reflexionar acerca del impacto generado por la presentación del proyecto, interpretando las críticas y planteando mejoras al mismo y a la puesta en escena.

Instrumentos para la evaluación y criterios de calificación

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

La evaluación será continua durante el período correspondiente.

Los instrumentos de evaluación son:

- Proyectos grupales: 60%
- Actividades individuales: 30%. Para obtener la máxima puntuación el alumno deberá entregar todas las actividades propuestas.
- Se valorará además su participación activa en las clases y el aprovechamiento de las mismas, así como el interés extracurricular por la materia: 10%.

Para aprobar la evaluación es necesario que obtenga una nota mínima de 4 en el proyecto empresarial, que se entregará, revisará y evaluará al final de cada evaluación. 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 los criterios de corrección se tendrá en cuenta la precisión, la claridad de ideas, la organización del contenido, la redacción y la utilización correcta del vocabulario específico y de los conocimientos matemáticos necesarios.

Cuando un estudiante intente aprobar la asignatura usando medios fraudulentos (entregar trabajos copiados, 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. 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 Fundamentos de Administración y Gestión 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 Fundamentos de Administración y Gestión 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.

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 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.