

3. Interpretar las variaciones en precios de bienes y servicios en función de distintas variables y analizar las desviaciones que se producen en la práctica entre este conocimiento teórico y el mercado real.

4. Explicar la generación de los excedentes económicos, su distribución y la incidencia de las políticas redistributivas.

5. Diferenciar entre las principales magnitudes macroeconómicas y analizar las relaciones existentes entre ellas, valorando los inconvenientes que presentan como indicadores de la calidad de vida.

6. Explicar e ilustrar con ejemplos significativos las finalidades y funciones del Estado en los sistemas de economía de mercado e identificar los principales instrumentos que utiliza, valorando las ventajas e inconvenientes de su papel creciente en la actividad económica.

7. Explicar las causas e importancia de la existencia del comercio internacional, identificando las formas que pueden adoptar las relaciones económicas entre países. Analizar las consecuencias del intercambio desigual entre países desarrollados y subdesarrollados. Importancia del comercio mundial de alimentos en el siglo XXI.

8. Describir el proceso de creación del dinero, los cambios en su valor y la forma en que estos se miden, e identificar las distintas teorías explicativas sobre las causas de la inflación y sus efectos sobre el conjunto de la economía.

9. Distinguir entre datos, opiniones y predicciones. Reconocer distintas interpretaciones y señalar las posibles circunstancias y causas que las explican, a partir de informaciones procedentes de los medios de comunicación social que traten, desde puntos de vista dispares, una cuestión de actualidad referida a la política económica del país o Comunidad Autónoma.

ECONOMÍA Y ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

Introducción

La empresa no es una entidad aislada. Bien al contrario, desarrolla su actividad en un entorno concreto y, al hacerlo, establece con él una constante interacción, de la que ambos saldrán modificados, y asume, por ello mismo, una clara responsabilidad social.

La empresa, unidad económica de producción de bienes y servicios, es un elemento fundamental de la estructura socioeconómica. Con su actividad asigna, como alternativa al mercado, de forma eficiente los recursos escasos, crea riqueza y empleo, satisface, con los bienes y servicios que produce, las necesidades materiales, al tiempo que, gracias a la innovación tecnológica a la que se ve forzada para hacer frente a sus competidores y sobrevivir en el mercado, impulsa el progreso económico y contribuye a la cohesión y a la transformación de la sociedad en la que está inmersa.

Su actividad tiene otras muchas consecuencias que afectan al bienestar social y a la calidad de vida de las personas, en ocasiones de forma negativa. La sociedad ha ido adquiriendo conciencia de ellas y manifestando, de forma cada vez más clara, su rechazo ante conductas empresariales poco o nada respetuosas con los derechos de las personas (falta de seguridad en el trabajo, políticas de empleo que expulsan del mercado a personas maduras, propaganda engañosa, prácticas contrarias a la libre competencia, insuficiente información en el etiquetado, contratos de adhesión abusivos, por citar algunas) o con la naturaleza (entre otras, la modificación del equilibrio ecológico, la contaminación y destrucción del medio ambiente, la sobreexplotación y mala gestión de los recursos naturales).

Cada día se plantea con más fuerza la necesidad de fundamentar las decisiones empresariales en sólidos

valores morales —la ética de los negocios—. Por su parte, para dar respuesta a los problemas planteados, el Estado ha regulado un buen número de ámbitos de la actividad de las empresas en defensa de los derechos, el bienestar y la calidad de vida de los ciudadanos.

Esta materia aborda el estudio de la empresa y las funciones que desarrolla desde la perspectiva del propio funcionamiento de la empresa en la definición e implementación de estrategias, la planificación, toma de decisiones, control de su actividad y la introducción de aquellas medidas correctoras que le permitan dar una respuesta ágil y adecuada a los constantes cambios que se producen en su entorno. Todo ello a partir del conocimiento y análisis, tanto de su propia realidad interna como del entorno, general y específico, en el que desarrolla su actividad.

En el aula, se presentarán los distintos temas y problemas relacionándolos con el contexto socioeconómico en los que tienen lugar.

Los distintos medios de comunicación reflejan a diario numerosas noticias referidas al mundo empresarial. Ello permite seleccionar aquellas relacionadas con los temas desarrollados para su estudio y discusión en clase, dando pie a una metodología eminentemente activa. Para ello, es necesario que los alumnos tengan un conocimiento y dominio suficiente del uso de los conceptos y técnicas de análisis fundamentales, incluido, en aquellos casos en que sea necesario, el análisis matemático, dentro del nivel alcanzado en esa disciplina.

Instrumentos hoy imprescindibles son la utilización de algún paquete informático, en especial hojas de cálculo, y el acceso, a través de Internet, a bases de datos relevantes para las materias objeto de estudio.

Se propondrá, finalmente, la realización de alguna investigación sencilla en el entorno del alumno, que permita comprobar la correcta aplicación de las materias tratadas a la realidad circundante.

Objetivos:

1. Analizar las características más relevantes de distintos tipos de empresa, identificando sus funciones e interrelaciones y su organización.

2. Conocer los elementos más importantes de los diferentes sectores de actividad y explicar, a partir de ellas, las principales estrategias que las empresas pueden adoptar.

3. Estudiar las políticas de marketing de diferentes empresas en función de los mercados a los que dirigen sus productos.

4. Valorar la importancia que, para las empresas y la sociedad, tienen la investigación, las innovaciones tecnológicas y las perspectivas de futuro que abre la implantación generalizada de las tecnologías de la información.

5. Identificar las consecuencias, para las empresas y la sociedad, de la globalización de la economía y las posibles líneas de conducta a adoptar frente a este fenómeno.

6. Establecer, a grandes rasgos, los datos más relevantes de la información contenida en las cuentas anuales de una empresa e interpretar la información transmitida.

7. Analizar las consecuencias que, para el medio ambiente, la sociedad y las personas, tienen las actividades de distintos tipos de empresa y las conductas y decisiones de las mismas. Valorar la incidencia de las medidas reguladoras introducidas en la legislación.

8. Comprender de forma clara y coherente y, en su caso, valorar críticamente, informaciones sobre hechos relevantes en el ámbito empresarial.

9. Analizar la importancia del sistema de calidad de las empresas y de los productos comercializados.

10. Comprender la importancia de una buena comunicación en situaciones de crisis.

Contenidos

1. La empresa.

Concepto de empresa. Clasificación. Teorías sobre la empresa. La empresa como sistema. Empresa y empresario. Funciones y objetivos de la empresa; la creación de valor como objetivo empresarial. La empresa y su entorno: responsabilidad social de la empresa; la ética de los negocios. El sector: concepto y clasificación.

2. La función de planificación y estrategia.

Funciones básicas del proceso de dirección, los niveles directivos. Modelos de gestión y liderazgo. Concepto de estrategia: sus elementos y niveles. El entorno: entorno general y entorno específico. Análisis del sector. Las fuerzas competitivas básicas. Las estrategias competitivas genéricas. Análisis interno de la empresa: la cadena de valor. La función de planificación. La toma de decisiones en la empresa. La función de control.

3. La función productiva.

Producción. Clasificación de las actividades productivas. Asignación de los recursos productivos. Costes, clasificación, cálculo de los costes en la empresa. Equilibrio de la empresa en el caso general. Umbral de rentabilidad de la empresa o punto muerto. Matriz tecnológica, formas de adquisición de tecnología, I + D. Productividad de los factores y rentabilidad. Los inventarios, su coste y evolución temporal; el modelo de Wilson. Programación, evaluación y control de proyectos; modelo PERT. La calidad.

4. La función comercial de la empresa.

Concepto y clases de mercado. La empresa ante el mercado. La segmentación del mercado. Las cuatro variables de marketing.

5. La función financiera.

Estructura económica de la empresa, activo fijo y activo circulante. Recursos financieros de la empresa, recursos propios y recursos ajenos. El fondo de maniobra. Los ciclos de actividad de la empresa, el período medio de maduración. Concepto de «cash-flow». Autofinanciación. Fuentes de financiación externa de la empresa. Apalancamiento. Valoración y selección de proyectos de inversión, métodos de valoración y selección. Tasa interna de retorno.

6. Organización de la empresa.

Concepto de organización, principales escuelas. Organización y jerarquía. Gestión de los recursos humanos, organización formal y organización informal, programación y comunicación, canales de comunicación. División del trabajo. Coordinación y tecnología. Motivación de los trabajadores. Gestión del conocimiento. Diseño de la estructura de la organización: agrupación de unidades.

7. Desarrollo de la empresa.

Formas de desarrollo: expansión y diversificación. El crecimiento de la empresa: crecimiento interno y crecimiento externo. Estrategias de fusión y adquisición. Cooperación entre empresas. La internacionalización. La competencia global. La empresa multinacional.

8. La nueva economía.

Tecnologías de la información. Comercio electrónico.

9. Obligación de información de la empresa.

Obligaciones contables de la empresa. La imagen fiel. Las cuentas anuales. El balance. La cuenta de pérdidas y ganancias. Análisis de la información contable. Los equilibrios financieros. Principales ratios económico-financieros.

Criterios de evaluación:

1. Conocer e interpretar las distintas funciones de la empresa y sus interrelaciones, valorando su aportación según el tipo de empresa.

2. Identificar las principales características del sector en el que la empresa desarrolla su actividad y explicar, a partir de ellas, las distintas estrategias y decisiones adoptadas por las empresas.

3. Analizar las principales características del mercado y explicar, a partir de ellas, las posibles políticas de marketing que pueden adoptarse.

4. Explicar la organización adoptada por la empresa y sus posibles modificaciones en función del entorno en el que desarrolla su actividad y de las innovaciones tecnológicas.

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

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

7. Identificar los datos más relevantes del balance y de la cuenta de pérdidas y ganancias de una empresa, explicar su significado, el equilibrio o desequilibrio financiero, calcular los principales ratios económico-financieros. Diagnosticar su situación a partir de la información obtenida.

8. Analizar un hecho o una información del ámbito empresarial, aplicando los conocimientos adquiridos.

GEOGRAFÍA

Introducción

La Geografía estudia la organización del espacio terrestre, entendido como el conjunto dinámico de relaciones entre el territorio y la sociedad que actúa en él. Por tanto, el espacio es hoy para la Geografía una realidad relativa, dinámica y heterogénea que resulta de los procesos protagonizados por la estructura social, sin olvidar que esos procesos pueden estar condicionados, a su vez, por el propio espacio preexistente. Así pues, la Geografía se preocupa de la localización y de la distribución de los fenómenos espaciales, de la asociación y de la interacción entre ellos, y realiza análisis y síntesis de las diversas estructuras y organizaciones espaciales estudiando los procesos que las han ocasionado.

La aportación específica de la Geografía al proceso educativo consiste en enseñar a comprender la organización espacial y su pluralidad, a percibir y estudiar los problemas desde un punto de vista territorial y a relacionar el medio y la sociedad que lo ocupa; ayuda a conocer la situación objetiva de los recursos naturales para utilizarlos con inteligencia y responsabilidad. La Geografía proporciona también ciertas habilidades y destrezas, entre las que destaca la capacidad para actuar en el espacio, pero sin desatender otras muchas posibles que constituyen lo que se ha dado en denominar «conciencia territorial».

La selección de objetivos y contenidos de la materia de Geografía en Bachillerato se ha hecho atendiendo, fundamentalmente, a dos criterios. El primero de ellos es el estudio de la realidad geográfica de España, de sus características comunes y de su diversidad, de su medio natural y de la plasmación de las actividades humanas en el espacio, atendiendo también a la dimensión europea de España y a su posición en el sistema mundo. En segundo lugar, se ha tenido en cuenta el desarrollo del pensamiento lógico-formal de los alumnos de Bachillerato y sus posibilidades de abstracción, con-