

Economia 1r BATX – Funcionament de l'Empresa

1. Criteris de qualificació

Competències Específiques	1	2	2
% valoració	33,33%	33,33%	33,33%

Instruments genèrics d'avaluació: - Examen de control de cada tema, examen globalitzador en acabar cada trimestre, activitats proposades, treball personal a l'aula, ...

Durant el curs es duu a terme:

- Una preavaluació al primer trimestre.
- Tres avaluacions trimestrals coincidint amb el final dels trimestres.
- Una junta final d'avaluació contínua que es realitzarà al juny.
- Una junta final de les proves extraordinàries que es realitzarà a finals de juny.

Totes les avaluacions i la preavaluació aniran acompanyades del preceptiu informe als pares.

2. Metodologia i aspectes importants de la matèria

Treballar de manera competencial a l'aula suposa un canvi metodològic important; el docent passa a ser un gestor de coneixement de l'alumnat i l'alumne o alumna adquireix un grau de protagonisme més gran.

La competència en Funcionament de l'Empresa ha de permetre que els alumnes adquireixin les competències específiques relacionades amb l'activitat empresarial, tant des dels seus aspectes interns com en totes les implicacions amb el seu entorn, constitueix una base fonamental per a la vida activa dels i les alumnes. El món empresarial té una presència quotidiana en la nostra societat i ens afecta molt directament.

El món de l'empresa és present diàriament als mitjans de comunicació, forma part de la vida de milions de treballadors i treballadores i empresaris i empresàries, i repercuteix a totes les llars. El coneixement sobre l'empresa és una part essencial per entendre el funcionament del conjunt de l'economia, ja que el que passa a l'interior de les empreses és tan substancial com el que passa en un entorn econòmic més ampli.

L'empresa és una organització integrada per elements humans, tècnics i materials, amb la finalitat de satisfer una necessitat del mercat que li reporti, generalment, un benefici econòmic i social i sota el govern d'un administrador o administradora o d'un empresari o empresària.

Aquesta matèria ha de potenciar la recerca de la informació, les possibles fonts i els diversos suports, així com la transformació d'aquesta informació en coneixement, per poder interpretar informacions i opinar de manera argumentada sobre qüestions de l'actualitat econòmica i empresarial. Hem d'aconseguir també que els alumnes i les alumnes sàpiguin expressar-se oralment, escrita i gràficament amb un vocabulari específic en termes econòmics.

La metodologia d'aprenentatge d'aquesta assignatura tindrà un doble vessant:

- a. Classes interactives d'explicació de la matèria amb una presentació en format Power Point de cada unitat didàctica que culminarà amb una prova escrita sobre la matèria explicada.
- b. Durant les explicacions teòriques de cada unitat didàctica es realitzaran activitats pràctiques relacionades amb la mateixa.

Durant el curs es farà el possible per aplicar metodologies competencials basades en situacions d'aprenentatge que tinguin a veure amb l'actualitat més propera. Es podran analitzar situacions reals, fer visites presencials a empreses o institucions, comentar articles o notícies de premsa que tinguin a veure amb els continguts de l'assignatura, etc.

3. Competències específiques en la matèria Funcionament de l'Empresa

En la matèria optativa Funcionament de l'Empresa es treballen un total de 3 competències específiques:

Competència 1.- Adquirir una visió general de l'activitat empresarial com a generadora de benestar, treball i riquesa en la societat, planificant i gestionant les activitats a portar terme i prenent les decisions oportunes per arribar a un objectiu concret.

Competència 2.- Utilitzar determinades estratègies metodològiques empresarials mitjançant activitats ordenades i relacionades entre si i enfocades cap a un propòsit de progrés econòmic i social.

Competència 3.- Identificar i analitzar les principals àrees funcionals de l'empresa, la funció que desenvolupen i les seves interrelacions, utilitzant la recerca i desenvolupant la iniciativa personal i col·lectiva en la gestió empresarial.

4. Criteris d'avaluació

Els criteris d'avaluació establerts per a aquesta matèria van dirigits a conèixer el grau de competència que l'alumnat hagi adquirit, és a dir, l'acompliment en l'aspecte cognitiu, instrumental i actitudinal respecte als sabers proposats que seran aplicats a l'àmbit personal, social i acadèmic amb una futura projecció professional.

Segons estableix el Decret 171/2022, de 20 de setembre, d'ordenació dels ensenyaments de batxillerat, el professorat establirà els criteris d'avaluació per a cadascuna de les competències específiques i seleccionarà els sabers i els enfocaments metodològics que consideri més adequats en funció de les orientacions presents en aquest mateix document.

Per tal d'avaluar les anteriors competències específiques es relacionen a continuació els criteris d'avaluació que es tindran en compte en cadascuna de les unitats didàctiques que incorporen els sabers de l'assignatura:

U1. L'EMPRESA

1. Descriure l'activitat empresarial i l'empresari en relació amb la seva funció de satisfacció de les necessitats, els objectius perseguits, l'organització necessària per a la presa de decisions en condicions de risc dins un entorn canviant.
2. Identificar les diferents àrees organitzatives de l'empresa interpretant la comunicació interna i l'organització i els conflictes que es generen en el decurs de la seva activitat.
3. Reconèixer l'ètica i la responsabilitat social corporativa de l'empresa davant les conseqüències socials i mediambientals de la seva activitat, analitzar i mostrar opinions personals raonades i argumentades sobre casos i mantenir una actitud respectuosa durant el debat.
4. Reconèixer les diferents postures al llarg de la història en vers la figura de l'empresari.
5. Classificar les empreses segons els diferents criteris.

U2. CLASSES D'EMPRESES

1. Identificar les característiques de les diferents tipus de formes jurídiques d'empreses interpretant i valorant quines formes jurídiques són les més adients en cada situació.
2. Comparar les característiques de la societat anònima i la societat limitada.

3. Diferenciar clarament conceptes tant usuals com: acció, participació, soci , accionista, dividend , benefici, capital, raó social...

U3. L'ORGANITZACIÓ DE L'EMPRESA

1. Identificar les diferents àrees organitzatives de l'empresa interpretant la comunicació interna i l'organització i els conflictes que es generen en el decurs de la seva activitat.
2. Diferenciar el concepte d'estructura organitzativa i el d'organigrama. Saber els diferents tipus d'organigrames.
3. Saber els diferents processos i funcions de la direcció de l'empresa. Saber les diferents estructures possibles per organitzar l'empresa i poder elaborar un organigrama senzill per diferents estructures d'empresa.
4. Diferenciar entre organització formal i informal.
5. Distingir els trets característics de l'evolució de l'organització del treball , segons les diferents escoles.

U4. LA GESTIÓ DELS RECURSOS HUMANS

1. Reconèixer els aspectes bàsics de les relacions laborals dins de l'empresa, la contractació i la composició del salari.
2. Identificar les principals fonts legals que formen l'àmbit normatiu del treball.
3. Conèixer de forma general el contingut dels drets i de les obligacions d'empreses i de treballadors en l'àmbit laboral.
4. Identificar les característiques diferenciadores dels contractes de treball i poder seleccionar el tipus més adient en casos senzills.
5. Realitzar els càlculs necessaris per determinar el contingut del rebut de salaris en casos senzills.

U5. LA PRODUCCIÓ I ELS COSTOS DE L'EMPRESA

1. Classificar i calcular els costos de producció d'una empresa i prendre decisions sobre externalització de costos en casos senzills.
2. Descriure l'activitat productiva de l'empresa com un subsistema empresarial, amb entrades (factors productius) i sortides (productes), i relacionades entre si mitjançant la funció de producció.
3. Determinar la quantitat a produir d'un producte, considerant la capacitat productiva de l'empresa, per a casos senzills.

4. Determinar el límit de rendibilitat i el límit de producció com a eines útils en els processos de decisió de l'empresa.

U6. LA GESTIÓ DE LA PRODUCCIÓ

1. Estructurar i resoldre en casos concrets qüestions relacionades amb la planificació i control de projectes i de gestió d'inventaris.
2. Analitzar els plans de producció i les tasques de planificació de la producció de l'empresa.
3. Identificar la rellevància de la gestió de la qualitat.
4. Analitzar els efectes de la producció sobre el medi ambient.

U7. L'APROVISIONAMENT I LES EXISTÈNCIES

1. Estructurar i resoldre en casos concrets qüestions relacionades amb la planificació i control de projectes i de gestió d'inventaris.
2. Aplicar les principals normes de valoració de les existències.
3. Aplicar i desenvolupar les tècniques més usuals d'administració de les existències.

U8. LA COMERCIALITZACIÓ DEL PRODUCTE. ANÀLISI DE MERCAT

1. Determinar, per a casos senzills, la quota de mercat i el mercat potencial d'un producte i descriure el seu públic objectiu.
2. Conèixer les fases de l'estudi de mercat i les principals tècniques de recollida de dades.
3. Aplicar criteris de segmentació de mercats per exemples reals de productes.

U9. EL MÀRQUETING TRADICIONAL I EL MÀRQUETING DIGITAL

1. Analitzar de forma simple casos de màrqueting, identificant les estratègies utilitzades en les variables de mix i elaborar amb creativitat noves propostes d'acord amb uns objectius prèviament marcats.
2. Analitzar de forma simple casos de màrqueting, identificant les estratègies utilitzades en les variables del mix, i elaborar amb creativitat noves propostes d'acord amb uns objectius prèviament donats.

3. Assenyalar les característiques dels mètodes de comunicació comercial de les empreses i proposar, per a un cas proposat, un missatge o activitat d'acord amb uns objectius concrets.
4. Conèixer factors que influeixen en la fixació de preus.
5. Diferenciar les diferents tècniques de promoció que utilitza l'empresa.
6. Identificar avantatges i inconvenients de diferents canals de distribució.
7. Reconèixer diferents tècniques de marxandatge que utilitzen les empreses.

U10. POSICIONAMENT I PLA DE MÀRQUETING

1. Analitzar de forma simple casos de màrqueting, identificant les estratègies utilitzades en les variables de mix i elaborar amb creativitat noves propostes d'acord amb uns objectius prèviament marcats.
2. Identificar necessitats humanes amb posicionament de producte més adequats.
3. Conèixer les etapes del pla de màrqueting i elaboració d'una pla per a un cas senzill.