


	PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DE MÓDULO					
	MD75010205RG	Rev. 0	Página 1 de 22			

PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DE MÓDULO	
CURSO: 2016 /2017	
CICLO FORMATIVO	2º DE ILUMINACIÓN.
MODULO	EMPRESA E INICIATIVA EMPRENDEDORA
TEMPORALIZACIÓN	HORAS ANUALES
	HORAS SEMANALES
PROFESORADO QUE LA IMPARTE	BALDOMERO LEÓN NAVARRO

PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

1.- OBJETIVOS GENERALES DEL MÓDULO.

Orden de 9 de enero de 2014. BOJA N° 24.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

Analizar y utilizar los recursos y oportunidades de aprendizaje relacionados con la evolución científica, tecnológica y organizativa del sector y las tecnologías de la información y la comunicación, para mantener el espíritu de actualización y adaptarse a nuevas situaciones laborales y personales.

Desarrollar la creatividad y el espíritu de innovación para responder a los retos se presentan en los procesos y en la organización del trabajo y de la vida personal.

Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencias.

Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.

Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.

Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

Adaptarse a las nuevas situaciones laborales, manteniendo actualizados los conocimientos científicos, técnicos y tecnológicos relativos a su entorno profesional, gestionando su formación y los recursos existentes en el aprendizaje a lo largo de la vida y utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.

Resolver situaciones, problemas o contingencias con iniciativa y autonomía en el ámbito de su competencia, con creatividad, innovación y espíritu de mejora en el trabajo personal y en el de los miembros del equipo.

Organizar y coordinar equipos de trabajo con responsabilidad, supervisando el desarrollo del mismo, manteniendo relaciones fluidas y asumiendo el liderazgo, así como aportando soluciones a los conflictos grupales que se presenten.

Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías eficaces de comunicación, transmitiendo la información o conocimientos adecuados y respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional con sentido de la responsabilidad social.
Las líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

El manejo de las fuentes de información sobre el sector de la producción audiovisual, fotográfica o de la iluminación para espectáculos y eventos, incluyendo el análisis de los procesos de innovación sectorial en marcha.

La realización de casos y dinámicas de grupo que permitan comprender y valorar las actitudes de los emprendedores en el sector de la producción audiovisual, fotográfica o de la iluminación para espectáculos y eventos.

La utilización de programas de gestión administrativa para pymes del sector.

La realización de un proyecto de plan de empresa relacionada con el sector de la producción audiovisual, fotográfica o de la iluminación para espectáculos y eventos y que incluya todas las facetas de puesta en marcha de un negocio, así como justificación de su responsabilidad social.

Estas líneas de actuación deben fundamentarse desde el enfoque de «aprender-haciendo», a través del diseño de actividades que proporcionen al alumnado un conocimiento real de las oportunidades de empleo y de las relaciones laborales que se producen en su ámbito profesional.

Asimismo, se recomienda la utilización, como recurso metodológico en el aula, de los materiales educativos de los distintos programas de fomento de la Cultura Emprendedora, elaborados por la Junta de Andalucía y la participación activa en concursos y proyectos de emprendedores con objeto de fomentar la iniciativa emprendedora.

2.- BLOQUES TEMÁTICOS

Bloque temático N° 1	N°	Título Unidad didáctica	Horas	Trimestre		
				1º	2º	3º
La empresa y su organización. (Horas primer trimestre:51). (Horas segundo trimestre: 32)	1	LA EMPRESA Y SU ENTORNO. CLASES DE EMPRESAS	13	X		
	2	LA INICIATIVA EMPRENDEDORA Y EL PLAN DE NEGOCIO	13	X		

Bloque temático N° 2	N°	Título Unidad didáctica	Horas	Trimestre		
				1º	2º	3º
EL MARKETING Y OTROS PLANES.	3	EL PLAN DE MARKETING	12	X		
	4	LA LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA. LOS PLANES DE OPERACIONES, RECURSOS HUMANOS Y DE PREVENCIÓN DE RIESGOS.	13	X		
	5	EL PLAN DE INVERSIONES Y EL PLAN FINANCIERO	10		X	

Bloque temático N° 3	N°	Título Unidad didáctica	Horas	Trimestre		
				1º	2º	3º
CLASIFICACIÓN JURÍDICA Y TRÁMITES	6	CLASIFICACIÓN JURÍDICA DE LAS EMPRESA Y TRÁMITES DE CONSTITUCIÓN	10		X	

Bloque temático N° 4	N°	Título Unidad didáctica	Horas	Trimestre		
				1º	2º	3º
LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA, FISCAL Y CONTABLE	7	LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA	6		X	
	8	LA GESTIÓN FISCAL Y CONTABLE	6		X	

3. METODOLOGÍA.

Se concibe la educación como un proceso constructivo, en el que la actitud que mantienen profesor/a y alumno/a permite el aprendizaje significativo.

Como consecuencia de esta concepción constructivista de la enseñanza, el alumno/a se convierte en motor de su propio proceso de aprendizaje al modificar él mismo sus esquemas de conocimiento. Junto a él, el profesor/a ejerce el papel de guía al poner en contacto los conocimientos y las experiencias previas del alumno/a con los nuevos contenidos.

La concepción constructivista de la enseñanza permite además garantizar la funcionalidad del aprendizaje, es decir, asegurar que el alumno podrá utilizar lo aprendido en circunstancias reales, bien llevándolo a la práctica, bien utilizándolo como instrumento para lograr nuevos aprendizajes.

Para conseguir una asimilación real de los conocimientos por parte de cada alumno y alumna, los aprendizajes deben ser significativos, es decir, cercanos a sus experiencias y referentes, potencialmente motivadores y realmente funcionales. Deben, asimismo, implicar una memorización comprensiva: los aprendizajes deben integrarse en un amplio conjunto de relaciones conceptuales y lógicas del propio individuo, modificando sus esquemas de conocimiento.

- El manejo de las fuentes de información sobre el sector de la iluminación, tratamiento y captación de imágenes, incluyendo el análisis de los procesos de innovación sectorial en marcha.

- La realización de casos y dinámicas de grupo que permitan comprender y valorar las actitudes de los emprendedores y ajustar la necesidad de los mismos al sector industrial relacionado con los procesos de los medios audiovisuales.

- La utilización de programas de gestión administrativa para «pymes» del sector.
- La participación en proyectos de simulación empresarial en el aula que reproduzcan situaciones y tareas similares a las realizadas habitualmente en empresas u organizaciones.
- La utilización de aplicaciones informáticas y nuevas tecnologías en el aula.
- La realización de un proyecto de plan de empresa relacionada con la actividad de los medios audiovisuales y que incluya todas las facetas de puesta en marcha de un negocio, así como justificación de su responsabilidad social.

Estas líneas de actuación deben fundamentarse desde el enfoque de «aprender-haciendo», a través del diseño de actividades que proporcionen al alumnado un conocimiento real de las oportunidades de empleo y de las relaciones laborales que se producen en su ámbito profesional.

REFERENCIA A LA MEJORA DE LA COMPETENCIA LINGÜÍSTICA:

Se procederá a la lectura en voz alta de textos relativos a los temas impartidos y se incluirán en la metodología las exposiciones orales con las debidas estrategias previamente estudiadas.

4.- EVALUACIÓN Y RECUPERACIÓN

Los instrumentos que se utilizarán son:

- Ejecución de actividades propuestas.
- Preguntas orales en clase, teniendo en cuenta el nivel de atención y la participación en clase e interés por la materia.
- Pruebas escritas/trabajos.

Todo ello quedará registrado en el cuaderno del profesor.

Por otro lado, se procurará que la recuperación de los exámenes de cada evaluación se realice antes de la nota final de la misma, siempre y cuando el calendario general de exámenes y evaluación así lo permitan y aconsejen.

Se acuerda que nuestra evaluación es continua pero **no acumulativa**, por lo que se pueden aprobar evaluaciones parciales por separado. Asimismo, el aprobar la 2ª evaluación no supondrá la superación de la 1ª evaluación.

En el caso de que un alumno/a fuera sorprendido en un examen copiándose o se detectara que se ha copiado en un trabajo, se le calificará en el mismo automáticamente con un cero.

Se aprobará el módulo al sumar entre todos los parámetros 5.

4.1.- VALORACIÓN DE LOS CONTENIDOS

A). Asistencia a clase:

El alumnado tendrá derecho a ser evaluado trimestralmente siempre que asista a clase un mínimo del 80% del total de horas lectivas del módulo, estableciéndose un número de horas de asistencia mínimas en función del número de horas.

En el caso de que este número de horas de asistencia sea inferior al regulado por el R.O.F., se iniciará el procedimiento para la pérdida de la evaluación continua establecido en el instituto. Como resultado, el alumno o alumna perderá la evaluación continua, calificándosele en las distintas evaluaciones como máximo, con un cuatro o no apto, El alumno/a tendrá derecho a un examen final del módulo en mayo, así como en todo caso a seguir asistiendo a las sesiones de clase.

C). Actividades individuales y grupales, registro de notas de clase:

Hemos de partir de la consideración de que en los módulos de EIE son de suma importancia la ejecución de las actividades y las tareas propuestas, máxime cuando a lo largo de todo el curso se va llevando a cabo el PLAN DE EMPRESA que será presentado al final de curso completo y corregido. Es por ello que la actividades o procedimientos en estos módulos forman parte de la nota en un 30%, es decir, tres puntos sobre diez, correspondiendo:

- 20%: plan de empresa y el 10%: actividades y preguntas en clase.

En cada trimestre, se evaluarán en el apartado de procedimientos el plan de empresa y las actividades.

Se valorarán los siguientes aspectos:

- Aplicación de los conocimientos teóricos aprendidos previamente.
- Expresión oral y escrita correcta.
- Grado de integración en el equipo de trabajo.
- Realización del trabajo de forma sistemática siguiendo un orden lógico de operaciones.
- Respeto a las normas de seguridad e higiene en el trabajo.
- Utilización correcta de los equipos.
- Destreza.
- Tiempo empleado.
- Resultado final del proceso de trabajo.

D) Pruebas escritas:

Forman parte de la nota final en un **70%**, es decir, 7 puntos sobre diez. El mínimo será de 4 sobre diez para hacer media con los otros parámetros (plan de empresa y actividades).

Asimismo, sólo se hará la media entre los exámenes de un mismo trimestre cuando sus calificaciones sean de 4 o superen el 4 (sobre diez).

En los exámenes tipo test, se descontará un acierto por cada 2 fallos o contestación en blanco, considerándose que todas las preguntas valen igual.

En resumen:

	CONCEPTOS	PLAN DE EMPRESA	ACTIVIDADES
1ª EVALUACIÓN PARCIAL	70%	20%	10%
2ª EVALUACIÓN PARCIAL	70%	20%	10%

4.2-MEDIDAS DE RECUPERACIÓN

4.2.a.- Recuperación de trimestres: Se procederá a la recuperación sólo de la parte de procedimientos y/o pruebas escritas que no se hayan superado.

4.2.b.- Para pruebas finales: (Medidas a tomar entre las evaluaciones parciales y la evaluación final).

MEDIDAS DE RECUPERACIÓN:

Se procederá a la recuperación sólo de la parte de procedimientos y/o pruebas escritas que no se hayan superado. Se mantendrán los porcentajes antes señalados.

Respecto a la recuperación de procedimientos, se deberán entregar en tiempo y forma los trabajos requeridos. Se respetará el aprobado en la parte superada.

MEDIDAS DE SUBIDA DE NOTA:

Se prevén las siguientes **actividades de subida de nota** para dicho periodo (pueden ser conjuntas o alternativas).

- Actividades de repaso.
- Realización de actividades.
- Ejecución de trabajos.
- Lecturas de textos.
- Exámenes.

La valoración de estas actividades de subida de nota se establecerán en el momento oportuno, en adaptación a los alumnos/as a los que les sea aplicable.

Respecto a la recuperación de los procedimientos, se deberán entregar en tiempo y forma los trabajos requeridos. Se mantendrá el aprobado en la parte superada.

El máximo de subida de nota se establece en *un punto* sobre la media obtenida antes de la evaluación final.

4.3.- CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. **Reconoce las capacidades asociadas a la iniciativa emprendedora, analizando los requerimientos derivados de los puestos de trabajo y de las actividades empresariales.**

2.- Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado el concepto de innovación y su relación con el progreso de la sociedad y el aumento en el bienestar de los individuos.
- b) Se ha analizado el concepto de cultura emprendedora y su importancia como fuente de creación de empleo y bienestar social.
- c) Se ha valorado la importancia de la iniciativa individual, la creatividad, la formación y la colaboración como requisitos indispensables para tener éxito en la actividad emprendedora.
- d) Se ha analizado la capacidad de iniciativa en el trabajo de una persona empleada en una pyme dedicada a los medios audiovisuales y en concreto a la iluminación, tratamiento y captación de imágenes.
- e) Se ha analizado el desarrollo de la actividad emprendedora de un empresario que se inicie en el sector de los medios audiovisuales.
- f) Se ha analizado el concepto de riesgo como elemento inevitable de toda actividad emprendedora.
- g) Se ha analizado el concepto de empresario y los requisitos y actitudes necesarios para desarrollar la actividad empresarial.
- h) Se ha descrito la estrategia empresarial relacionándola con los objetivos de la empresa.
- i) Se ha definido una determinada idea de negocio del ámbito de los medios audiovisuales, que servirá de punto de partida para la elaboración de un plan de empresa.
- j) Se han analizado otras formas de emprender como asociacionismo, cooperativismo, participación, autoempleo.
- k) Se ha elegido la forma de emprender más adecuada a sus intereses y motivaciones para poner en práctica un proyecto de simulación empresarial en el aula y se han definido los objetivos y estrategias a seguir.
- l) Se han realizado las valoraciones necesarias para definir el producto y/o servicio que se va a ofrecer dentro del proyecto de simulación empresarial.

2. Define la oportunidad de creación de una pequeña empresa, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han descrito las funciones básicas que se realizan en una empresa y se ha analizado el concepto de sistema aplicado a la empresa.
- b) Se han identificado los principales componentes del entorno general que rodea a la empresa; en especial, el entorno económico, social, demográfico y cultural.
- c) Se ha analizado la influencia en la actividad empresarial de las relaciones con los clientes, con los proveedores y con la competencia como principales integrantes del entorno específico.
- d) Se han identificado los elementos del entorno de una pyme de iluminación, captación y tratamiento de imágenes.
- e) Se han analizado los conceptos de cultura empresarial e imagen corporativa, y su relación con los objetivos empresariales.
- f) Se ha analizado el fenómeno de la responsabilidad social de las empresas y su importancia como un elemento de la estrategia empresarial.
- g) Se ha elaborado el balance social de una empresa de realización de medios audiovisuales, y se han descrito los principales costes sociales en que incurren estas empresas, así como los beneficios sociales que producen.
- h) Se han identificado, en empresas de medios audiovisuales, prácticas que incorporan valores éticos y sociales.
- i) Se ha llevado a cabo un estudio de viabilidad económica y financiera de una

pyme de administración de medios audiovisuales.

j) Se ha analizado el entorno, se han incorporado valores éticos y se ha estudiado la viabilidad inicial del proyecto de simulación empresarial de aula.

k) Se ha realizado un estudio de los recursos financieros y económicos necesarios para el desarrollo del proyecto de simulación empresarial de aula.

3. Realiza las actividades para la constitución y puesta en marcha de una empresa, seleccionando la forma jurídica e identificando las obligaciones legales asociadas.

Criterios de evaluación:

a) Se han analizado las diferentes formas jurídicas de la empresa.

b) Se ha especificado el grado de responsabilidad legal de los propietarios de la empresa en función de la forma jurídica elegida.

c) Se ha diferenciado el tratamiento fiscal establecido para las diferentes formas jurídicas de la empresa.

d) Se han analizado los trámites exigidos por la legislación vigente para la constitución de una «pyme».

e) Se ha realizado una búsqueda exhaustiva de las diferentes ayudas para la creación de empresas de informática en la localidad de referencia.

f) Se ha incluido en el plan de empresa todo lo relativo a la elección de la forma jurídica, estudio de viabilidad económico-financiera, trámites administrativos, ayudas y subvenciones.

g) Se han identificado las vías de asesoramiento y gestión administrativa externos existentes a la hora de poner en marcha una «pyme».

h) Se han realizado los trámites necesarios para la creación y puesta en marcha de una empresa, así como la organización y planificación de funciones y tareas dentro del proyecto de simulación empresarial.

i) Se ha desarrollado el plan de producción de la empresa u organización simulada y se ha definido la política comercial a desarrollar a lo largo del curso.

4. Realiza actividades de gestión administrativa y financiera básica de una empresa, identificando las principales obligaciones contables y fiscales y cumplimentando la documentación.

Criterios de evaluación:

a) Se han diferenciado las distintas fuentes de financiación de una «pyme» u organización.

b) Se han analizado los conceptos básicos de contabilidad, así como las técnicas de registro de la información contable.

c) Se han descrito las técnicas básicas de análisis de la información contable, en especial en lo referente a la solvencia, liquidez y rentabilidad de la empresa.

d) Se han definido las obligaciones fiscales de una empresa de medios audiovisuales.

e) Se han diferenciado los tipos de impuestos en el calendario fiscal.

f) Se ha cumplimentado la documentación básica de carácter comercial y contable (facturas, albaranes, notas de pedido, letras de cambio, cheques y otros) para una pyme de informática, y se han descrito los circuitos que dicha documentación recorre en la empresa.

g) Se ha incluido la anterior documentación en el plan de empresa.

h) Se han desarrollado las actividades de comercialización, gestión y administración dentro del proyecto de simulación empresarial de aula.

i) Se han valorado los resultados económicos y sociales del proyecto de simulación empresarial.

4.4.- PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

En el primer trimestre se harán tres exámenes y en el segundo dos.

La recuperación de cada trimestre respecto a los contenidos objeto de examen se realizarán en el mismo trimestre preferiblemente, antes de la entrega de las notas finales del trimestre, dependiendo de la carga de trabajo del alumnado.

Respecto a las actividades y plan de empresa, el alumno que no haya superado estos apartados deberá recuperar solo la parte suspensa.

4.5.- CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Los exámenes se calificarán dentro de un máximo de 7 puntos y bajo unos criterios de elaboración y corrección previamente consensuados en el departamento. Entre otros:

En las pruebas teóricas se valorarán los conocimientos, el orden en la exposición, la claridad. Si son escritas se valorará así mismo la limpieza y la presentación. Las pruebas de tipo test, se puntuarán de manera que cada dos fallos o pregunta en blanco, resten un acierto.

En los casos prácticos no solo se valorará la exactitud del resultado sino también el planteamiento, desarrollo e interpretación del resultado, el orden, la limpieza y la presentación.

En el caso de que un alumno/a fuera sorprendido en un examen copiándose, se le calificará en el mismo automáticamente con un cero.

No se sumarán los diferentes porcentajes si en el plan de empresa no se alcanza al menos un 0,8 (3,5 en base diez) y en el examen un 5,75 (un cuatro en base 10).

Referencia especial a las faltas de ortografía: restarán 0,1 de la nota de cada examen o del trabajo o actividad escrita, con el límite de un punto sobre la nota del examen o actividad corregidos.

Se aprueba a partir de cinco, redondeándose a partir del 0,5 incluido.

5.- MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.

- * Internet.
- * Temario elaborado.

6. PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

Está incluido en el temario del módulo.

7.- SECUENCIACIÓN UNIDADES DIDÁCTICAS.

Núm.	1	Título
Objetivos Didácticos	<p data-bbox="502 190 1364 230">LA EMPRESA Y SU ENTORNO. CLASES DE EMPRESAS.</p> <ol data-bbox="446 268 1452 1803" style="list-style-type: none"> 1. Analizar el concepto de empresa y diferenciarlo de otros grupos o entidades sociales que no son empresas. 2. Determinar cuáles son los elementos de la empresa e identificarlos en una empresa concreta. 3. Diferenciar el trabajo por cuenta propia del trabajo por cuenta ajena. 4. Considerar el autoempleo como una opción de futuro en el ámbito de la administración de sistemas en red.. 5. Valorar la importancia de la organización empresarial 6. Analizar los problemas medioambientales de nuestra localidad, la relación de estos problemas con las empresas relacionadas con el ciclo y las posibles soluciones. 7. Tomar conciencia de que los recursos naturales no son ilimitados. 8. Adoptar posturas respetuosas y comprometidas con el medio ambiente. 9. Considerar como la finalidad principal de una cualquiera empresa la satisfacción de las necesidades de los clientes. 10. Valorar la importancia de los clientes fieles. 11. Analizar las funciones básicas que se realizan en una empresa 12. Entender que la empresa es un sistema en el que se dan una serie de relaciones internas y externas. 13. Analizar las necesidades que nos crean las empresas. 14. Adoptar posturas no consumistas. 15. Identificar los principales factores o componentes del entorno general de una empresa. 16. Analizar la influencia en la actividad empresarial de las relaciones con los clientes, con los proveedores y con la competencia como principales integrantes del entorno específico 17. Analizar los conceptos de cultura empresarial e imagen corporativa y valorar su importancia y su relación con los objetivos empresariales. 18. Analizar el fenómeno de la responsabilidad social de las empresas y su importancia como un elemento de la estrategia empresarial. 19. Conocimiento de los principales criterios para clasificar las empresas. 20. Conocer las clasificaciones de las empresas. 21. Análisis de las características que definen a cada tipo de empresa. 22. Detección de las ventajas e inconvenientes de la Franquicia. 23. Conocimiento de las repercusiones del fenómeno de la globalización económica y de las multinacionales. <p data-bbox="399 1803 1452 1910">Definición de la oportunidad de creación de una pequeña empresa, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos.</p>	

Contenidos	<ol style="list-style-type: none">1. LA EMPRESA2. ELEMENTOS DE LA EMPRESA<ol style="list-style-type: none">2.1 LOS ELEMENTOS HUMANOS2.2 LOS ELEMENTOS MATERIALES2.3 LA ORGANIZACIÓN3. FUNCIONES DE LA EMPRESA4. FINALIDAD DE LA EMPRESA: LA SATISFACCIÓN DE NECESIDADES5. EL ENTORNO DE LA EMPRESA6. EL ENTORNO GENERAL Y ESPECÍFICO7. LA CULTURA EMPRESARIAL Y LA IMAGEN CORPORATIVA8. LA ÉTICA EMPRESARIAL9. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA10. ESTRATEGIAS PARA SER SOCIALMENTE RESPONSABLE11. EL BALANCE SOCIAL12. TIPOS DE EMPRESAS13. CLASIFICACIÓN SEGÚN LA ACTIVIDAD ECONÓMICA14. CLASIFICACIÓN SEGÚN EL SECTOR ECONÓMICO15. CLASIFICACIÓN SEGÚN SU DIMENSIÓN16. MENCIÓN ESPECIAL PARA LAS PYMES17. CLASIFICACIÓN SEGÚN EL ÁMBITO GEOGRÁFICO18. CLASIFICACIÓN SEGÚN LA TITULARIDAD DEL CAPITAL19. LA FRANQUICIA20. FORMAS DE CONCENTRACIÓN EMPRESARIAL
------------	---

Criterios de Evaluación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar qué es una empresa. 2. Detectar los elementos de una empresa. 3. Diferenciar el entorno general del específico. 4. Trasladar al ámbito empresarial los conceptos de ética y responsabilidad social. 5. Respetar al medio ambiente en la práctica empresarial. 6. Se han descrito las funciones básicas que se realizan en una empresa y se ha analizado el concepto de sistema aplicado a la empresa. 7. Se han identificado los principales componentes del entorno general que rodea a la empresa; en especial, el entorno económico, social, demográfico y cultural. 8. Se ha analizado la influencia en la actividad empresarial de las relaciones con los clientes, con los proveedores y con la competencia como principales integrantes del entorno específico. 9. Se han identificado los elementos del entorno de una pyme de informática. 10. Se han analizado los conceptos de cultura empresarial e imagen corporativa, y su relación con los objetivos empresariales. 11. Se ha analizado el fenómeno de la responsabilidad social de las empresas y su importancia como un elemento de la estrategia empresarial. 12. Se ha elaborado el balance social de una empresa de informática, y se han descrito los principales costes sociales en que incurren estas empresas, así como los beneficios sociales que producen. 13. Identificar las diferentes clasificaciones de las empresas 14. Saber encuadrar empresas en cada una de las clasificaciones. 15. Identificar las repercusiones de la globalización y de las multinacionales. 16. Incorporar valores éticos al entorno empresarial. 17. Definir la oportunidad de creación de una pequeña empresa, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos
-------------------------	---

Núm.	2	Título	LA INICIATIVA EMPRENDEDORA
Objetivos Didácticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificación de las características básicas de una persona emprendedora. 2. Detección y creación de ideas de negocio. 3. Identificación de la necesidad de un plan de negocio, así como de las partes que lo componen. 		

Contenidos	<ol style="list-style-type: none"> 1. QUÉ ES LA INICIATIVA EMPRENDEDORA? <ol style="list-style-type: none"> 1.1. FORMAS DE EMPRENDER 2. EL PERFIL DE LA PERSONA EMPRENDEDORA <ul style="list-style-type: none"> - CAPACIDAD DE INNOVACIÓN - LIDERAZGO - MOTIVACIÓN - TRABAJO EN EQUIPO - RIESGO - CREATIVIDAD - FORMACIÓN - ÉTICA 3. LA IDEA: ¿EN QUÉ CONSISTIRÁ MI NEGOCIO? <p>OPORTUNIDADES DE NEGOCIO</p> <ol style="list-style-type: none"> 3.1. SECTORES ESTRATÉGICOS EN ANDALUCÍA 3.2. OCUPACIONES DE DIFÍCIL COBERTURA 4. EL PLAN DE NEGOCIO: <ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué es un plan de negocio? - ¿Para qué sirve? - ¿Cómo se presenta? ¿Quién me ayuda a elaborarlo? - ¿Cuáles son sus principales apartados? <p>Tu plan de negocio: la tarea que debes presentarnos</p>
------------	--

Criterios de Evaluación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se ha identificado el concepto de innovación y su relación con el progreso de la sociedad y el aumento en el bienestar de los individuos. 2. Se ha analizado el concepto de cultura emprendedora y su importancia como fuente de creación de empleo y bienestar social. 3. Se ha valorado la importancia de la iniciativa individual, la creatividad, la formación y la colaboración como requisitos indispensables para tener éxito en la actividad emprendedora. 4. Se ha analizado la capacidad de iniciativa en el trabajo de una persona empleada en una pyme dedicada a la administración de sistemas informáticos en red. 5. Se ha analizado el desarrollo de la actividad emprendedora de un empresario que se inicie en el sector de la informática. 6. Se ha analizado el concepto de riesgo como elemento inevitable de toda actividad emprendedora. 7. Se ha analizado el concepto de empresario y los requisitos y actitudes necesarios para desarrollar la actividad empresarial. 8. Elaborar un proyecto de creación de una pequeña empresa o taller, analizando su viabilidad y explicando los pasos necesarios. 9. Se ha descrito la estrategia empresarial relacionándola con los objetivos de la empresa. 10. Se ha definido una determinada idea de negocio del ámbito de la administración de sistemas informáticos en red, que servirá de punto de partida para la elaboración de un plan de empresa. 11. Se han analizado otras formas de emprender como asociacionismo, cooperativismo, participación, autoempleo. 12. Se ha elegido la forma de emprender más adecuada a sus intereses y motivaciones para poner en práctica un proyecto de simulación empresarial en el aula y se han definido los objetivos y estrategias a seguir. 13. Se han realizado las valoraciones necesarias para definir el producto y/o servicio que se va a ofrecer dentro del proyecto de simulación empresarial.
-------------------------	---

Núm.	3	Título	EL PLAN DE MARKETING
Objetivos Didácticos			<ol style="list-style-type: none"> 1. Valoración de la importancia de contar con un Plan de Marketing estratégico. 2. Cómo dar a conocer nuestro producto. 3. Diseño de la política de precios de mi empresa. 4. Conocimiento de cómo distribuir los productos o servicios de nuestra empresa. 5. Criterios de elección de técnicas de promoción y comunicación. 6. Cómo decidir los medios de comunicación más adecuados para promocionar nuestro producto o servicio. 7. Aplicación de las técnicas de relación con los clientes y proveedores, que permitan resolver situaciones comerciales tipo. 8. Definición del servicio postventa de nuestro negocio. 9. Descripción de los medios más habituales de promoción de ventas

	en función del tipo de producto y/o servicio	
Contenidos	<ol style="list-style-type: none"> 1. INTRODUCCIÓN. 2. POLÍTICA DE PRODUCTO. 3. POLÍTICA DE PRECIOS. 4. POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN. 5. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN. 6. MEDIOS DE COMUNICACIÓN. 7. LA GESTIÓN DE VENTAS Y ATENCIÓN AL CLIENTE. 8. EL SERVICIO POSTVENTA. 	
Criterios de Evaluación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar un proyecto de creación de una pequeña empresa o taller, analizando su viabilidad y explicando los pasos necesarios (en los aspectos correspondientes al tema). 2. Explicar los principios básicos de técnicas de negociación con clientes y proveedores, y de atención al cliente. 3. Saber valorar la importancia de contar con un Plan de Marketing estratégico. 4. Determinar las estrategias para dar a conocer nuestro producto. 5. Saber diseñar la política de precios de mi empresa. 6. Decidir cómo distribuir los productos o servicios de nuestra empresa. 7. Conocer y saber elegir técnicas de promoción y comunicación. 8. Decidir los medios de comunicación más adecuados para promocionar nuestro producto o servicio. 9. Aplicar las técnicas de relación con los clientes y proveedores, que permitan resolver situaciones comerciales tipo. 10. Saber definir el servicio postventa de nuestro negocio 11. Saber describir los medios más habituales de promoción de ventas en función del tipo de producto y/o servicio. 	

Núm.	4	Título	LA LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA. LOS PLANES DE: OPERACIONES, RECURSOS HUMANOS Y DE PREVENCIÓN DE RIESGOS
Objetivos Didácticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocimiento de los criterios para realizar una adecuada ubicación de la empresa. 2. Identificación de los fundamentos de la política de aprovisionamiento. 3. Determinación de qué procesos deben darse dentro de la empresa para poder ofrecer el bien o servicio. 4. Conocimiento de qué es la política de calidad. 5. Valoración de la importancia de los recursos humanos en la empresa, así como identificar sus necesidades de organización. 6. Detección de los riesgos laborales específicos de su sector de actividad. 		

Contenidos	<ol style="list-style-type: none"> 1. INTRODUCCIÓN. 2. LA LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA. 3. PLAN DE OPERACIONES: <ol style="list-style-type: none"> 2.1 APROVISIONAMIENTO. 2.2. PLAN DE PRODUCCIÓN 2.3. POLÍTICA DE CALIDAD 2.4. ORGANIZACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN 4. RECURSOS HUMANOS <ol style="list-style-type: none"> 4.1 ¿CÓMO SE HACE EL PLAN DE RECURSOS HUMANOS? <ol style="list-style-type: none"> 4.1.1. EL ORGANIGRAMA EMPRESARIAL 3.1.2. SELECCIONAR A LAS PERSONAS ADECUADAS. 4.2. ¿DÓNDE ME PUEDO ASESORAR EN LA CONTRATACIÓN DE PERSONAL? <ol style="list-style-type: none"> 4.2.1. ORGANISMOS OFICIALES. 4.2.2. OTRAS INSTITUCIONES O EMPRESAS. 5. EL PLAN DE PREVENCIÓN DE RIESGOS. <ol style="list-style-type: none"> 5.1. MODALIDADES DE ORGANIZACIÓN DE LA PREVENCIÓN.
Criterios de Evaluación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar un proyecto de creación de una pequeña empresa o taller, analizando su viabilidad y explicando los pasos necesarios (en los aspectos correspondientes al tema). 2. Saber manejar los criterios para una adecuada ubicación de la empresa. 3. Saber manejar las estrategias para el aprovisionamiento. 4. Determinar los procesos que deben darse en la empresa. 5. Saber qué es la política de calidad 6. Valorar la política de recursos humanos en la empresa y aplicarla. 7. Saber detectar los riesgos laborales específicos de su actividad. 8. Identificar las modalidades de organización de la prevención.

Núm.	5	Título CLASIFICACIÓN JURÍDICA DE LAS EMPRESAS
Objetivos Didácticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Determinación de las características que definen cada tipo de empresa. 2. Elección de la forma jurídica más adecuada para cada situación empresarial. 3. Concienciación de las consecuencias que para una empresa tiene la elección de una forma jurídica. 4. Identificación de los requisitos legales de constitución de cada forma jurídica. 5. Contacto del alumno con la legislación mercantil vigente. 6. Interpretación de los diferentes tipos de documentos necesarios para iniciar la actividad empresarial. 	

Contenidos	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿TIENEN PERSONALIDAD JURÍDICA LAS EMPRESAS? 2. LA CLASIFICACIÓN JURÍDICA DE LAS EMPRESAS <ul style="list-style-type: none"> ○ ¿CÓMO ELEGIR LA FORMA JURÍDICA QUE MÁS NOS CONVIENE? ○ ¿QUÉ FACTORES DEBEMOS CONSIDERAR PARA ELEGIR LA FORMA JURÍDICA? 3. LA EMPRESA INDIVIDUAL (I) <ul style="list-style-type: none"> ○ LA EMPRESA INDIVIDUAL (II) ○ REQUISITOS PARA SER EMPRESARIO O EMPRESARIA INDIVIDUAL ○ <ul style="list-style-type: none"> ▪ EXPLICAMOS LOS REQUISITOS 4. LA COMUNIDAD DE BIENES Y LA SOCIEDAD CIVIL <ul style="list-style-type: none"> ○ CARACTERÍSTICAS DE LAS COMUNIDADES DE BIENES Y DE LAS SOCIEDADES CIVILES 5. LA SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (I) <ul style="list-style-type: none"> ○ LA SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (II) 6. LA SOCIEDAD LIMITADA NUEVA EMPRESA. SLNE. <ul style="list-style-type: none"> ○ TRÁMITES DE CONSTITUCIÓN DE UNA SLNE 7. LA SOCIEDAD ANÓNIMA <ul style="list-style-type: none"> ○ VENTAJAS E INCONVENIENTES DE LA SOCIEDAD ANÓNIMA 8. EMPRESAS DE ECONOMÍA SOCIAL <ul style="list-style-type: none"> ○ ¿QUÉ TIPOS DE EMPRESAS DE ECONOMÍA SOCIAL DEBEMOS CONSIDERAR? ○ <ul style="list-style-type: none"> ▪ LA SOCIEDAD LABORAL ○ <ul style="list-style-type: none"> ▪ <ul style="list-style-type: none"> ▪ ¿CUÁNDO CONVIENE CONSTITUIR UNA SOCIEDAD LABORAL? ○ <ul style="list-style-type: none"> ▪ LA SOCIEDAD COOPERATIVA 9. COMENZAMOS CON LOS TRÁMITES 10. ¿CÓMO SON LOS TRÁMITES? 11. TRÁMITES DE CONSTITUCIÓN DE SOCIEDADES <ul style="list-style-type: none"> ○ CERTIFICACIÓN NEGATIVA DE DENOMINACIÓN SOCIAL (I) ○ <ul style="list-style-type: none"> ▪ CERTIFICACIÓN NEGATIVA DE DENOMINACIÓN SOCIAL (II) ○ DEPÓSITO DEL CAPITAL EN LA ENTIDAD FINANCIERA ○ ELABORACIÓN DE LOS ESTATUTOS DE LA SOCIEDAD Y OTORGAMIENTO DE ESCRITURA PÚBLICA DE CONSTITUCIÓN ○ LIQUIDACIÓN Y PAGO DEL I.T.P.A.J.D. ○ SOLICITUD DEL CÓDIGO DE IDENTIFICACIÓN FISCAL (CIF) ○ INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO MERCANTIL DE LA PROVINCIA 12. TRÁMITES DE PUESTA EN MARCHA (I) <ul style="list-style-type: none"> ○ TRÁMITES DE PUESTA EN MARCHA (II)
------------	--

Criterios de Evaluación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se han analizado las diferentes formas jurídicas de la empresa. 2. Se ha especificado el grado de responsabilidad legal de los propietarios de la empresa en función de la forma jurídica elegida. 3. Conocer las características que definen cada tipo de empresa. 4. Aprender a elegir la forma jurídica más adecuada para cada situación empresarial. 5. Tomar conciencia de las consecuencias que para una empresa tiene la elección de una forma jurídica. 6. Identificar los requisitos legales de constitución de cada forma jurídica. 7. Familiarizar al alumno con la legislación mercantil vigente. 8. Interpretar los diferentes tipos de documentos necesarios para iniciar la actividad empresarial. 9. Elaborar un proyecto de creación de una pequeña empresa o taller, analizando su viabilidad y explicando los pasos necesarios (en los aspectos correspondientes al tema).
-------------------------	--

Núm.	6	Título	EL PLAN DE INVERSIONES Y EL PLAN FINANCIERO
Objetivos Didácticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diferencia entre gasto e inversión. 2. Conocimiento de las distintas fuentes de financiación de la empresa. 3. Distinción entre los distintos tipos de costes en los que puede incurrir una empresa. 4. Conocimiento de las distintas herramientas con las que se cuenta para valorar la situación económica de la empresa. 5. Valoración de la importancia de una adecuada planificación financiera y contable en la empresa. 6. Análisis básico de la situación patrimonial y financiera de la empresa. 		

Contenidos	<ol style="list-style-type: none"> 1. INTRODUCCIÓN. 2. SELECCIÓN DE INVERSIONES. <ol style="list-style-type: none"> 2.1 GASTO E INVERSIÓN. 3. FUENTES DE FINANCIACIÓN. <ol style="list-style-type: none"> 3.1 RECURSOS PROPIOS. 3.2. RECURSOS AJENOS 3.3. SUBVENCIONES Y BONIFICACIONES 4. ¿QUÉ COSTES TENDRÁ MI EMPRESA? ANÁLISIS DE COSTES <ol style="list-style-type: none"> 4.1 COSTES FIJOS, COSTES VARIABLES Y COSTE TOTAL 4.2. COSTES DIRECTOS Y COSTES INDIRECTOS 5. ¿Y CUÁNDO RECUPERO LA INVERSIÓN? UMBRAL DE RENTABILIDAD. 6. ¿PODREMOS HACER FRENTE A LOS PAGOS? LA PREVISIÓN DE TESORERÍA. 7. ¿PÉRDIDAS O BENEFICIOS? LA CUENTA DE RESULTADOS PREVISIONAL. 8. ¿QUÉ TENEMOS Y QUÉ DEBEMOS? EL BALANCE DE SITUACIÓN. <ol style="list-style-type: none"> 8.1 EL FONDO DE MANIOBRA 9. LOS RATIOS. <ol style="list-style-type: none"> 9.1 RATIOS DE RENTABILIDAD 9.1 RATIOS FINANCIEROS 10. PROBLEMAS FINANCIEROS MÁS COMUNES
Criterios de Evaluación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diferenciar entre gasto e inversión. 2. Conocer las distintas fuentes de financiación de la empresa. 3. Distinguir entre los distintos tipos de costes en los que puede incurrir una empresa. 4. Conocer las distintas herramientas con las que se cuenta para valorar la situación económica de la empresa. 5. Valorar la importancia de una adecuada planificación financiera y contable en la empresa. 6. Saber hacer un análisis básico de la situación patrimonial y financiera de la empresa. 7. Elaborar un proyecto de creación de una pequeña empresa o taller, analizando su viabilidad y explicando los pasos necesarios (en los aspectos correspondientes al tema).

Núm.	7	Título LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA
Objetivos Didácticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Necesidad de los documentos específicos en la compraventa. 2. Conocimiento de los requisitos legales de los documentos que reflejan las entradas y salidas de mercancía. 3. Confección pedidos, albaranes, facturas, etc. 4. Formalización de los documentos de pago y cobro derivados de operaciones comerciales. 	

Contenidos	<ol style="list-style-type: none"> 1. INTRODUCCIÓN. 1. DOCUMENTOS DE COMPRAVENTA: EL PEDIDO, EL ALBARÁN, LA FACTURA. 2. OTROS DOCUMENTOS: EL TICKET DE VENTA, LA FACTURA DE GASTOS, EL RECIBO DE PORTES, LA NOTA DE ABONO O RECTIFICACIÓN. 3. DOCUMENTOS DE PAGO Y COBRO: RECIBO, CHEQUE, LETRA DE CAMBIO Y PAGARÉ. 4. DOCUMENTOS OBLIGATORIOS EN LAS EMPRESAS.
Criterios de Evaluación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aprender la necesidad de utilizar determinados documentos en la compraventa. 2. Conocer los requisitos legales de los documentos que reflejan las entradas y salidas de mercancía. 3. Saber confeccionar pedidos, albaranes, facturas, etc. 4. Saber formalizar los documentos de pago y cobro derivados de operaciones comerciales. 5. Elaborar un proyecto de creación de una pequeña empresa o taller, analizando su viabilidad y explicando los pasos necesarios (en los aspectos correspondientes al tema).

Núm.	8	Título	LAS OBLIGACIONES FISCALES DE LA EMPRESA.
Objetivos Didácticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Descripción del proceso administrativo de la empresa. 2. Valoración de la importancia de una gestión administrativa eficaz en la empresa. 3. Determinación de la finalidad de cada uno de los documentos comerciales. 4. Distinción los documentos de pago. 5. Cumplimentación los documentos comerciales y de pago. 		
Contenidos	<ol style="list-style-type: none"> 1. INTRODUCCIÓN. 2. ¿QUÉ TRIBUTOS TENGO QUE PAGAR? <ul style="list-style-type: none"> ○ ¿QUÉ IMPUESTOS SE PAGAN EN CADA TIPO DE EMPRESA? ○ ¿CUÁLES SON LAS OBLIGACIONES FISCALES? EL CALENDARIO FISCAL. ○ EL IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS (IRPF). ○ EL IMPUESTO DE SOCIEDADES (IS). ○ EL IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO (IVA). ○ OTROS TRIBUTOS. 3. ¿CUÁLES SON MIS OBLIGACIONES CONTABLES? 4. LAS CUENTAS ANUALES DE LAS PYMES. <ul style="list-style-type: none"> ○ EL BALANCE Y SU ANÁLISIS. ○ LA CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS. ○ EL ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO. ○ LA MEMORIA. 		

Criterios de Evaluación	<ol style="list-style-type: none">1. Saber describir el proceso administrativo de la empresa.2. Valorar la importancia de una gestión administrativa eficaz en la empresa.3. Comprender la finalidad de cada uno de los documentos comerciales.4. Distinguir los documentos comerciales y de pago.5. Saber cumplimentar los documentos comerciales Elaborar un proyecto de creación de una pequeña empresa o taller, analizando su viabilidad y explicando los pasos necesarios (en los aspectos correspondientes al tema).
-------------------------	---