

CONTENIDOS MÍNIMOS ECONOMÍA DE LA EMPRESA

Bloque 1. La empresa y su marco externo

- _ La empresa como unidad económica. Concepto de empresa. Clasificación, componentes, funciones y objetivos de la empresa.
- _ Teorías sobre la empresa. Empresa y empresario. Análisis del marco jurídico que regula la actividad empresarial.
 - _ La empresa como sistema: funcionamiento y creación de valor.
 - Responsabilidad social, ética y medioambiental de la empresa.

Bloque 2. Desarrollo de la empresa

- _ Análisis de los factores de localización y dimensión de la empresa. Consideración de la importancia de las pequeñas y medias empresas y sus estrategias de producto y mercado.
 - _ Estrategias de crecimiento interno y externo.
 - _ La internacionalización, la competencia global y las tecnologías de la información. Identificación de los aspectos positivos y negativos de la empresa multinacional.

Bloque 3. Organización y dirección de la empresa

- _ La división técnica del trabajo y la necesidad de organización en el mercado actual. Funciones básicas de la dirección.
 - _ Planificación y toma de decisiones estratégicas.
 - _ Diseño y análisis de la estructura de la organización formal e informal.
 - _ La gestión de los recursos humanos y su incidencia en la motivación. Los conflictos de intereses y sus vías de negociación.

Bloque 4. La función productiva

- _ Proceso productivo, eficiencia y productividad.
 - _ Importancia de la innovación tecnológica: I+D+i.
 - _ Costes: clasificación y cálculo de los costes en la empresa. Cálculo e interpretación del umbral de rentabilidad de la empresa.
 - _ Los inventarios y su gestión.
 - _ Valoración de las externalidades de la producción.
- _ Análisis y valoración de las relaciones entre producción y medio ambiente y de sus consecuencias para la sociedad.

Bloque 5. La función comercial de la empresa

- _ Concepto y clases de mercado. Técnicas de investigación de mercados.
 - _ Análisis del consumidor y segmentación de mercados.
 - _ Variables del marketing-mix y elaboración de estrategias. Estrategias de marketing y ética empresarial.
- _ Aplicación al marketing de las tecnologías de la información y la comunicación.

Bloque 6. La información en la empresa

- _ Obligaciones contables de la empresa.
 - _ La composición del patrimonio y su valoración.
 - _ Les cuentas anuales y la imagen fiel.
 - _ Elaboración del balance y la cuenta de pérdidas y ganancias.
 - _ Análisis e interpretación de la información contable.
 - _ La fiscalidad empresarial.

Bloque 7. La función financiera

- _ Estructura económica y financiera de la empresa.
 - _ Concepto y clases de inversión.
- _ Análisis, criterios de valoración y selección de proyectos de inversión.
 - _ Recursos financieros de la empresa.
 - _ Análisis de fuentes alternativas de financiación interna y externa.
 - _ Viabilidad económica y financiera de un proyecto de inversión.

Criterios de evaluación

1. Conocer e interpretar los diversos elementos de la empresa, su tipo, funciones e interrelaciones, valorando la aportación de cada uno de éstos según el tipo de empresa.
2. Diferenciar los diversos elementos que componen una empresa (grupo humano, patrimonio, entorno y organización), la existencia de elementos diferentes en función de la empresa y las relaciones entre la empresa y los diferentes grupos de interés (otras empresas, administraciones públicas, clientes, proveedores, entidades financieras, etc.).
3. Identificar los rasgos principales del sector en el que la empresa desarrolla su actividad y explicar, a partir de éstos, las distintas estrategias, decisiones adoptadas y las posibles implicaciones sociales y medioambientales.
4. Saber qué es un sector empresarial e identificar a qué sector pertenece una empresa cualquiera, señalando las diferentes estrategias que puede seguir una empresa para la consecución de sus objetivos.
5. Saber diferenciar las implicaciones, tanto positivas como negativas, que suponen las decisiones empresariales en los ámbitos social y medioambiental.
6. Analizar las características del mercado y explicar, de acuerdo con éstas, las políticas de marketing aplicadas por una empresa frente a diferentes situaciones y objetivos.
7. Caracterizar un mercado en función del número de competidores, del producto vendido, etc. e, identificando las diferentes políticas de marketing, adaptarlas a cada caso concreto. Interpretar y valorar estrategias de marketing, incorporando en esa valoración consideraciones de carácter ético, ambiental, etc.
8. Describir la organización de una empresa y sus posibles modificaciones en función del entorno en que desarrolla su actividad. Interpretar la organización formal e informal de una empresa y detectar y proponer soluciones a disfunciones o problemas que impidan un funcionamiento eficiente en la organización empresarial.
9. Determinar para un caso sencillo la estructura de ingresos y costes de una empresa y calcular su beneficio y su umbral de rentabilidad.
10. Diferenciar las posibles fuentes de financiación en un supuesto sencillo y razonar la elección más adecuada.
11. Valorar distintos proyectos de inversión sencillos y justificar razonadamente la selección de la alternativa más ventajosa.
12. Identificar los datos más relevantes del balance y de la cuenta de pérdidas y ganancias, explicar su significado, diagnosticar su situación a partir de la información obtenida y proponer medidas para su mejora.
13. Analizar situaciones generales de empresas reales o imaginarias, utilizando los recursos materiales adecuados y las tecnologías de la información.