



ESTRUCTURA Y CRITERIOS DE CORRECCIÓN:

ESTRUCTURA DE LA PRUEBA

El examen consta de **siete preguntas**. Las **dos primeras**, de carácter competencial, **ponderan en conjunto el 40%** de la nota. Serán **problemas**.

Las **cinco restantes** serán **preguntas abiertas**, con la puntuación indicada en este documento.

PREGUNTA 1: BLOQUE B. Elegir una cuestión de las dos posibles **(2 puntos)**.

Cuestión 1.1. Problema Balance

Cuestión 1.2. Problema de Cuenta de Resultados o Pérdidas y Ganancias

PREGUNTA 2: BLOQUE B. Elegir una cuestión de las dos posibles **(2 puntos)**.

Cuestión 2.1 Problema punto muerto o producir o comprar

Cuestión 2.2 Problema selección de inversiones

PREGUNTA 3: BLOQUE D. Elegir dos cuestiones de la cuatro posibles **(2 puntos, 1 punto cada cuestión)**.

Cuestión 3.1

Cuestión 3.2

Cuestión 3.3

Cuestión 3.4

PREGUNTA 4: BLOQUE A. Elegir una cuestión de las dos posibles **(1 punto)**.

Cuestión 4.1

Cuestión 4.2

PREGUNTA 5: BLOQUE B. MARKETING. Elegir una cuestión de la dos posibles **(1 punto)**.

Cuestión 5.1

Cuestión 5.2

PREGUNTA 6: BLOQUE B. FUNCIÓN FINANCIERA/GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS. Elegir una cuestión de la dos posibles **(1 punto)**.

Cuestión 6.1 Función Financiera.

Cuestión 6.2 Gestión de Recursos Humanos

PREGUNTA 7: BLOQUE C. Elegir una cuestión de dos posibles **(1 punto)**.

Cuestión 7.1

Cuestión 7.2



CRITERIOS GENERALES DE CORRECCIÓN

En la valoración del examen se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:

- La precisión y claridad conceptual de cada una de las respuestas.
- El uso correcto del vocabulario específico, así como la claridad en los razonamientos expuestos. Las respuestas deben presentar una estructura lógica, con argumentos bien fundamentados y coherentes.
- En las preguntas en las que se desarrollan problemas, la aplicación adecuada de las técnicas solicitadas y la explicación correcta de los resultados obtenidos y sus relaciones. En este caso, los errores de cálculo se considerarán leves, salvo en el caso de que sean desorbitados y el estudiante no razone ese resultado.
- Los errores cometidos en un apartado, por ejemplo, en el cálculo de una magnitud, no se tendrán en cuenta en la calificación de los desarrollos posteriores que pueden verse afectados.

Saberes básicos	Porcentajes	Concreciones/referentes
<p>A. La empresa y su entorno.</p> <ul style="list-style-type: none"> - El empresario. El emprendedor. Perfiles. - La empresa. Clasificación. Localización y dimensión de la empresa. Marco jurídico que regula la actividad empresarial. - El entorno empresarial. Responsabilidad social corporativa. Mujer y emprendimiento. Inclusión y emprendimiento. - La empresa, digitalización e innovación. I+D+I. Teorías de la innovación. Tipos de innovación. Tendencias emergentes. Estrategias de innovación. 	10	<ul style="list-style-type: none"> - La empresa: definición, objetivos y función. La creación de valor (sistema de valor). Áreas funcionales. <ul style="list-style-type: none"> - Clasificación de las empresas. - Naturaleza de la actividad económica. - Dimensión (criterios de medición, solo cifras del número de trabajadores). - Propiedad del capital. - La forma jurídica de la empresa: empresario individual y sociedades: anónimas, limitadas, laborales (S.A.L. y S.L.L.), cooperativas, (características principales, requisitos, denominación y responsabilidad. No entran en examen los órganos). - El empresario y sus perfiles: <ul style="list-style-type: none"> - El empresario director (Marshall) - Teoría de empresario-riesgo (Knigh) - Teoría del empresario innovador (Schumpeter) - El empresario en la realidad actual. - Responsabilidad social de la empresa: externalidades de la actividad empresarial, responsabilidad medioambiental, ética empresarial.

Saberes básicos	Porcentajes	Concreciones/referentes
<p>B. El modelo de negocio y de gestión.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Empresa y modelo de negocio. - La función comercial. Segmento de clientes. La propuesta de valor. Canales. Relaciones con clientes. Fuentes de ingresos. Estrategias de marketing. - La función productiva. Proceso productivo. Eficiencia y productividad. Actividades clave. Recursos clave. Asociaciones clave. Estructura de costes: clasificación y cálculo de costes. Punto muerto o umbral de rentabilidad. - Gestión de los recursos humanos. Formación y funcionamiento de equipos ágiles. Habilidades que demanda el mercado de trabajo. La contratación y las relaciones laborales de la empresa. Las políticas de igualdad y de inclusión en las empresas. - La función financiera. Estructura económica y financiera. Inversión. Valoración y selección de inversiones. Recursos financieros. Análisis de fuentes alternativas de financiación interna y externa. Análisis de resultados: estudio de mercado, análisis e interpretación de la información contable y análisis de estados financieros. - La información en la empresa: obligaciones contables. Composición y valoración del patrimonio. Cuentas anuales e imagen fiel. Elaboración de balance y cuenta de pérdidas y ganancias. 	60	<p>LA FUNCIÓN PRODUCTIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> - La función productiva de la empresa. Eficiencia y productividad (ratio de productividad de un factor). - Los costes en la producción, concepto y clasificación: costes directos, indirectos, fijos, variables, totales, medios. Representación gráfica simplificada de las funciones de costes totales, variables y fijos. - Los beneficios como diferencia entre ingresos y costes ($B^e = I - C$). El punto muerto o umbral de rentabilidad de la empresa (cálculo y alternativa de producir o comprar) <p>LA FUNCIÓN COMERCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué es marketing? Concepto y naturaleza del marketing. Evolución del marketing: enfoque producto, enfoque ventas, enfoque marketing: marketing relacional y marketing holístico. Gestión de marketing: marketing estratégico y marketing operativo. - Identificación de los elementos clave de la estrategia de marketing: <ul style="list-style-type: none"> - Investigación de mercados. Etapas y métodos de obtención de información primaria. - Segmentación y elección del público objetivo: criterios y variables de segmentación de mercados, estrategias de segmentación y posicionamiento. - Estrategias del marketing-mix. <ul style="list-style-type: none"> - Estrategia de producto. Concepto de producto. Marca, envase y etiqueta. Ciclo de vida del producto. - Estrategia de precio. Concepto. Métodos de fijación de precios: en función de los costes, la demanda y la competencia. - Estrategia de distribución comercial. Concepto. Canales de distribución e intermediarios. - Estrategia de comunicación o promoción. Concepto. Mix de comunicación: publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y venta personal.

Saberes básicos	Porcentajes	Concreciones/referentes
		<p>LA INFORMACIÓN EN LA EMPRESA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Obligación de información de la empresa. La composición del patrimonio y su valoración (no profundizar en la valoración): elementos y masas patrimoniales. Las cuentas. - Las cuentas anuales: balance, cuenta de pérdidas y ganancias, memoria (no proceso contable, sí agrupar por masas y analizar). - Elaboración del balance: activo, patrimonio neto y pasivo. - Análisis de la cuenta de resultados. - Análisis e interpretación de la información contable: <ul style="list-style-type: none"> - Situaciones y equilibrios patrimoniales. Fondo de Maniobra o Capital Circulante. Suspensión de pagos y quiebra (sólo patrimonialmente). - Ratios de análisis económico-financiero (fotocopia). - Periodo medio de maduración (económico y financiero). - Rentabilidad económica y financiera (teoría y cálculo práctico). <p>LA FUNCIÓN FINANCIERA</p> <ul style="list-style-type: none"> - La estructura económica de la empresa. Concepto y clases de inversión. Criterios de selección de inversiones: <ul style="list-style-type: none"> - Criterios estáticos: flujo neto de caja total, flujo neto de caja medio anual, <i>pay-back</i>. - Criterios financieros: VAN, TIR (aplicación a dos periodos). - La estructura financiera de la empresa. Concepto y fuentes de financiación: <ul style="list-style-type: none"> - Financiación interna o autofinanciación. - Fuentes de financiación externa: <p>Concepto de acción y características principales. Ampliación de capital. El empréstito. Obligación: concepto y características (comparación entre acciones y obligaciones).</p> <p>La financiación bancaria: crédito, préstamo, descuento de efectos. <i>Leasing</i>, <i>factoring</i> y tarjetas de crédito (conceptos)</p> <p>GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La motivación humana: teorías de Maslow y Herzberg. - Habilidades que demanda el mercado de trabajo: La importancia de las habilidades blandas, los equipos ágiles

Saberes básicos	Porcentajes	Concreciones/referentes
<p>C. Herramientas para innovar en modelos de negocio y de gestión.</p> <ul style="list-style-type: none"> - El lienzo de modelo de negocio y de gestión: concepto, áreas, bloques, utilidad y patrones de modelos de negocio. - Creatividad aplicada al diseño de modelo de negocio y de gestión. El proceso de creatividad: divergencia y convergencia. Dinámicas de generación de nuevas ideas de modelos de negocio. - Competencia y nichos de mercado. - Herramientas de organización de ideas: Pensamiento Visual o <i>Visual Thinking</i>. Capacidad de síntesis. Ideación. Comunicación. - Prototipado: concepto y utilidad. Posibilidades de prototipado: bienes, servicios y aplicaciones. - Herramientas de presentación de un proyecto o de una idea. Metodología: narración de historias o <i>storytelling</i> y el discurso en el ascensor o <i>elevator pitch</i>. Otras metodologías. - Escenarios: exploración de ideas, escenarios futuros y nuevos modelos de negocio. - Otras herramientas para innovar en modelos de negocio y de gestión. 	10	<ul style="list-style-type: none"> - Importancia de la innovación: I+D+i. Tipos de innovación: de producto, de proceso, de modelo de negocio, de la organización, de marketing, - Innovación de modelo de negocio: Modelo Canvas - La validación del modelo de negocio: Lean Startup. Concepto. - Patrones de modelos de negocio: multicomponente, freemium, larga cola, cebo y anzuelo, de suscripción, eyeballs, productos virtuales, artesano, peer to peer.

Saberes básicos	Porcentajes	Concreciones/referentes
<p>D. Estrategia empresarial y métodos de análisis de la realidad empresarial: estudio de casos y simulación</p> <ul style="list-style-type: none"> - Análisis del entorno. Entorno general o macroentorno: político, económico, sociocultural y tecnológico. Entorno específico.: cinco fuerzas competitivas de Porter. Oportunidades y amenazas. - Evaluación previa de modelos de negocio: análisis DAFO. - Validación del modelo de negocio. <i>Lean Startup</i>. Desarrollo de clientes. Desarrollo de producto ágil. - Protección de la idea, del producto y de la marca. - Toma de decisiones. Estrategias. Simulación en hoja de cálculo. Redacción de un plan de negocios básico. 	20	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis estratégico externo. Entorno general o macroentorno: político, económico, sociocultural y tecnológico. Entorno específico: cinco fuerzas competitivas de Porter. Oportunidades y amenazas. - Análisis estratégico interno: Debilidades y Oportunidades. Matriz DAFO. - La estrategia competitiva de la empresa (liderazgo en costes, diferenciación, segmentación del mercado.) - Factores de localización y dimensión de la empresa. Las PYMES: características, ventajas e inconvenientes. - El crecimiento de la empresa. <ul style="list-style-type: none"> – Dirección del crecimiento (Matriz de Ansoff): <ul style="list-style-type: none"> a) Expansión/especialización: penetración de mercados, desarrollo de mercados y desarrollo de productos. b) Diversificación: relacionada y no relacionada. – Métodos de crecimiento: <ul style="list-style-type: none"> a) Crecimiento interno. b) Crecimiento externo: fusiones y adquisiciones. c) Cooperación: concepto y tipología (productiva, comercial y tecnológica). La franquicia. - Internacionalización de la empresa y globalización. La empresa multinacional: concepto, características, aspectos positivos y negativos.