

# PROGRAMACIÓN DIDÀCTICA

## 1º CICLO FORMATIVO GRADO SUPERIOR DE MÁRketing Y PUBLICIDAD.



## MÓDULO DE GESTIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA  
IES HISTORIADOR CHABÀS  
CURSO 2023-24

INDEX

## 1.- INTRODUCCIÓ.

1.1.- Característiques del Mòdul.

1.2.- Justificació.

1.3.- Contextualització.

## 2.- IDENTIFICACIÓ DEL TÍTUL DE TÈCNIC SUPERIOR EN MARKETING Y PUBLICIDAD.

2.1.- Identificació del títol.

2.2.- Competència general del títol.

2.3.- Competències professionals, personals i socials.

2.4.- Mòduls professionals del Cicle Formatiu de Marketing y Publicidad.

## 3.- OBJETIVOS.

3.1.- Objectius generals.

3.2.- Objectius generals del cicle.

3.3.- Capacitats professionals del cicle.

## 4.- CONTENIDOS.

4.1.- Temporalització.

## 5.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN.

5.1.- Finalitat de la Evaluació.

## 6.- LA CALIFICACIÓN.

6.1.- Procediments e instruments.

6.2.- Criteris de qualificació.

6.3.- Evaluació del Procés de ensenyanza y aprendizaje.

6.4.- Rubriques de Valoració.

## 7.- EVALUACIÓN DE LA PRÁCTICA DOCENTE E INDICADORES DE ÉXITO.

## 8.- METODOLOGÍA.

9.- ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.

10.- UNIDADES DIDÁCTICAS.

11.- MEDIOS, RECURSOS Y MATERIALES DIDÁCTICOS.

12.- ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE.

12.1.- Actividades de introducción o de motivación.

12.2.- Actividades diagnósticas o de revisión de Conocimientos.

12.3.- Actividades de desarrollo.

12.4.- Actividades TIC.

13.- ATENCIÓN AL ALUMNADO CON NECESIDADES ESPECÍFICAS DE APOYO EDUCATIVO.

## 1.- INTRODUCCION.

El Módulo Profesional de *Gestión Económica y Financiera de la Empresa* es un módulo que se encuadra en la adquisición de las competencias que se desarrollan en el perfil profesional definido en el título de Técnico Superior de Marketing y Publicidad, para el primer curso, con un grado competencial de nivel 3 de los 8 niveles que establece el Marco Europeo de Cualificaciones Profesionales.

Las enseñanzas mínimas de este módulo fueron establecidas en el Real Decreto 1571/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad y se fijan sus enseñanzas mínimas. Asimismo, han sido desarrolladas en el ámbito autonómico en el Decreto 156/2017, de 6 de octubre, del Consell, por el que se establece para la Comunitat Valenciana el currículo del ciclo formativo de grado superior correspondiente al título de Técnico o Técnica Superior en Marketing y Publicidad.

Las personas que realicen este ciclo aprenderán a:

- Tomar decisiones sobre la entrada de los productos de una empresa en el mercado exterior, seleccionando las políticas de producto, precio, comunicación y distribución más adecuadas para la entrada en dichos mercados.
- Elaborar un plan de marketing, seleccionando la información de base o "briefing" de productos y analizando las relaciones entre las distintas variables que intervienen en el *marketing mix* internacional para la entrada en mercados exteriores.
- Identificar y contactar con clientes y proveedores gestionando los contratos mercantiles internacionales y controlando y supervisando el desarrollo y evolución

de las ventas para asegurarse del cumplimiento de las condiciones contractuales pactadas.

- Realizar la gestión administrativa de operaciones de importación y exportación e introducción y expedición de mercancías.
- Organizar el almacenaje de las mercancías en las condiciones que garanticen su integridad y el aprovechamiento óptimo de los medios y espacios disponibles, de acuerdo con procedimientos establecidos.
- Realizar las gestiones administrativas que garanticen el tránsito o transporte internacional de las mercancías y/o de viajeros entre distintos países y modos de transporte y controlar los documentos que se exigen en cada caso, comprobando que se ajustan a la normativa vigente aplicable y las especificaciones recibidas.
- Gestionar los medios de cobro y pago y las garantías y avales internacionales cumplimentando y analizando la documentación necesaria de acuerdo con las condiciones establecidas en los contratos mercantiles internacionales basados en la normativa internacional vigente.
- Comunicarse en inglés con fluidez, tanto de palabra como por escrito, con todos los operadores y organismos que intervienen en operaciones de comercio internacional.

### **1.1.- CATACTERÍSTICAS DEL MODULO.**

Toda la información básica del Módulo Profesional "Gestión Económica y Financiera de la Empresa" se encuentra recogida en la siguiente tabla:

Familia profesional	<b>Comercio y marketing</b>
Ciclo formativo	Técnico Superior en Marketing y Publicidad
Nivel	Formación profesional de grado superior, nivel de cualificación 3
Referente europeo	CINE-5b
Normativa reguladora	Orden ECD/329/2012, de 15 de febrero, por la que se establece el currículo del ciclo formativo de Grado Superior correspondiente al título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad.
Módulo profesional	Nombre: <i>Gestión económica y financiera de la empresa.</i> Código 0623

## 1.2.- JUSTIFICACIÓN.

A la hora de elaborar la presente programación didáctica del modulo *Gestión económica y financiera* (tercer nivel curricular), hemos tenido en cuenta cuanto, en primera instancia, los características concretas del alumnado al que va dirigida esta programación. Sin embargo, hemos seguido como referencia la información que proporciona el Proyecto Educativo de Centro (segundo nivel curricular) donde se especifican los necesitados, a los intereses y el entorno que rodea a todo el Alumnado del Nuestro instituto en general. Tampoco Hemos perdido de vista la normativa educativa que se aplica a todo el territorio nacional y en la Comunidad Valenciana en concretó (primer nivel curricular).

A nivel normativo, esta Programación didáctica está referenciada a los dos ámbitos normativos: tanto a la normativa Estatal como a la Normativa Autonómica. Además tiene en cuenta los cuatro temas fundamentales: Ordenación, Perfil Profesional, Título y Evaluación.

### NORMATIVA ESTATAL:

- Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación modificada por ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa.
- Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo.
- Ley Orgánica 5/2002 de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional que pone en marcha del Sistema Nacional de Cualificaciones y Formación Profesional.
- Real Decreto 1416/2005 de 25 de noviembre, sobre el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales.
- Real Decreto 295/2004, de 20 de febrero, y modificada en el Real Decreto 109/2008, de 1 de febrero.
- Real Decreto 1571/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad y se fijan sus enseñanzas mínimas.

### NORMATIVA AUTONÓMICA:

- Decreto 156/2017, de 6 de octubre, del Consell por el que se establece para la Comunitat Valenciana el currículum del ciclo formativo de grado superior correspondiente al título de Técnico o Técnica Superior en Marketing y Publicidad.
- Orden 79/2010, de 27 de agosto por la que se regula la evaluación del alumnado de los ciclos formativos de Formación Profesional del sistema educativo en el ámbito territorial de la Comunitat Valenciana.

- Decreto 234/1997, de 2 de septiembre, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico y Funcional de los Institutos de Educación Secundaria (ROF).
- Ley 4/2018, de 21 de febrero, de la Generalitat, por la que se regula y promueve el plurilingüismo en el sistema educativo valenciano.

### A NIVEL DE CENTRO.

- Proyecto educativo de centro (art. 121 de la LOE, modificado por la LOMQE), donde se define el proyecto educativo y sus elementos.
- Programación General Anual del centro, es la concreción anual de los contenidos del PEC.
- Proyecto curricular de centro, es el instrumento mediante el cual el equipo docente de una etapa educativa establece los elementos del diseño curricular, a partir del análisis del contexto del centro.
- Reglamento de Régimen Interno, que regula las relaciones humanas de los miembros de la comunidad educativa y el funcionamiento del IES Historiador Chabás de Denia.

### **1.3.- CONTEXTUALIZACIÓN.**

La presente programación está realizada teniendo en cuenta las características específicas del centro IES Historiador Chabás ubicado en Denia (Alicante). La organización del centro se establece en el Decreto 234/1997, de 2 de septiembre, del Gobierno Valenciano, por el que se aprueba el Reglamento orgánico y funcional de los institutos de Educación Secundaria. En nuestro centro se realizan estudios de ESO, Bachillerato de diferentes modalidades, Ciclos formativos de grado medio y superior de la familia profesional de Actividades Físicas y deportivas, FPB y Ciclo Medio de Informática de Oficina, Ciclo Medio de Buceo Deportivo con escafandra Autónomo y Ciclo superior de Marketing. Un hecho diferencial respecto al resto de institutos de la



comarca es el bachillerato nocturno, que no aparece en ningún otro centro, así como la oferta de bachillerato de Artes Plásticas y Artes Escénicas.

Según la Ley 4/2018, de 21 de febrero, de la Generalitat, por la que se regula y promueve el plurilingüismo en el sistema educativo valenciano, este modulo según acordó el centro deberá impartirse en castellano, por lo tanto la lengua vehicular como todos los materiales y pruebas que se realicen serán en esta lengua.

## **2.- IDENTIFICACIÓN DEL TÍTULO DE TÉCNICO SUPERIOR EN MARKETING Y PUBLICIDAD.**

### **2.1 IDENTIFICACIÓN DEL TÍTULO**

De acuerdo con el Real Decreto 1571/2011, de 4 de noviembre, el título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad queda identificado por los siguientes elementos:

- ❖ Denominación: Marketing y Publicidad.
- ❖ Nivel: Formación Profesional de Grado Superior.
- ❖ Duración: 2.000 horas.
- ❖ Familia Profesional: Comercio y Marketing.
- ❖ Referente en la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación: CINE-5b.
- ❖ Nivel del Marco Español de Cualificaciones para la educación superior: Nivel 1 Técnico Superior

### **2.2.- COMPETENCIA GENERAL DEL TÍTULO**

La competencia general de este título consiste en definir y efectuar el seguimiento de las políticas de marketing basadas en estudios comerciales y en

promocionar y publicitar los productos y/o servicios en los medios y soportes de comunicación adecuados, elaborando los materiales publipromocionales necesarios

### **2.3.- COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES.**

Las competencias profesionales, personales y sociales de este título son las que se relacionan a continuación:

- a) Realizar las gestiones necesarias para la constitución y puesta en marcha de una empresa comercial, planificando y gestionando la obtención de los recursos financieros necesarios que procuren la rentabilidad económica y financiera de la empresa.
- b) Asistir en la elaboración y seguimiento de las políticas y planes de marketing, analizando las variables de *marketing mix* para conseguir los objetivos comerciales definidos por la empresa.
- c) Planificar y desarrollar acciones de marketing digital, gestionando páginas web y sistemas de comunicación a través de Internet, para lograr los objetivos de marketing y de la política de comercio electrónico de la empresa.
- d) Obtener, analizar y organizar información fiable de los mercados, aplicando técnicas estadísticas, y establecer un sistema de información eficaz (SIM), que sirva de apoyo en la definición de estrategias comerciales y en la toma de decisiones de marketing.
- e) Organizar y supervisar la implantación de espacios comerciales y el montaje de escaparates, definiendo las especificaciones de diseño y materiales, para conseguir transmitir la imagen de espacio comercial definida que atraiga a los clientes potenciales y lograr los objetivos comerciales establecidos.
- f) Organizar y controlar la implantación de productos y/o servicios y el desarrollo de acciones promocionales en espacios comerciales, determinando el surtido y las

líneas de actuación de campañas promocionales para conseguir los objetivos comerciales establecidos.

- g) Elaborar el plan de ventas y gestionar la comercialización y venta de productos y/o servicios y la atención al cliente, aplicando las técnicas de venta y negociación adecuadas a cada canal de comercialización, para conseguir los objetivos establecidos en el plan de marketing y lograr la satisfacción y fidelización del cliente.
- h) Gestionar la fuerza de ventas, realizando la selección, formación, motivación y remuneración de los vendedores, definiendo las estrategias y líneas de actuación comercial y organizando y supervisando los medios técnicos y humanos para alcanzar los objetivos de ventas.
- i) Realizar y controlar el aprovisionamiento de materiales y mercancías en los planes de producción y de distribución, asegurando la cantidad, calidad, lugar y plazos para cumplir con los objetivos establecidos por la organización y/o clientes.
- j) Organizar el almacenaje de las mercancías en las condiciones que garanticen su integridad y el aprovechamiento óptimo de los medios y espacios disponibles, de acuerdo con los procedimientos establecidos.
- k) Comunicarse en inglés con fluidez, tanto de palabra como por escrito, con todos los operadores y organismos que intervienen en operaciones comerciales.
- l) 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.
- m) 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.

- n) Organizar y coordinar equipos de trabajo con responsabilidad, supervisando el desarrollo de este, manteniendo relaciones fluidas y asumiendo el liderazgo, así como aportando soluciones a los conflictos grupales que se presenten.
- ñ) 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.
- o) Generar entornos seguros en el desarrollo de su trabajo y el de su equipo, supervisando y aplicando los procedimientos de prevención de riesgos laborales y ambientales, de acuerdo con lo establecido por la normativa y los objetivos de la empresa.
- p) Supervisar y aplicar procedimientos de gestión de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todos», en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.
- q) 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.
- r) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

#### **2.4.- MÓDULOS PROFESIONALES DEL CICLO FORMATIVO DE MARKETING Y PUBLICIDAD.**

Los módulos profesionales de este ciclo formativo son:

0623. Gestión económica y financiera de la empresa.

0930. Políticas de marketing.

0931. Marketing digital. 1007. Diseño y elaboración de material de comunicación.

1008. Medios y soportes de comunicación.

1009. Relaciones públicas y organización de eventos de marketing.

1010. Investigación comercial.

1011. Trabajo de campo en la investigación comercial.

1109. Lanzamiento de productos y servicios.

1110. Atención al cliente, consumidor y usuario.

0179. Inglés.

1012. Proyecto de marketing y publicidad.

1014. Formación y orientación laboral.

1013. Formación en centros de trabajo

### **3.- OBJETIVOS**

#### **3.1.- OBJETIVOS GENERALES.**

Los objetivos generales de este ciclo formativo son los siguientes:

- a) Conocer y valorar las fuentes y productos financieros disponibles, tales como créditos, préstamos y otros instrumentos financieros, así como las posibles subvenciones y seleccionar los más convenientes para la empresa, analizando la información contable y evaluando los costes, riesgos, requisitos y garantías exigidas por las entidades financieras, para obtener los recursos financieros necesarios que se requieren en el desarrollo de la actividad.
- b) Elaborar informes de base y briefings, analizando y definiendo las diferentes estrategias comerciales de las variables de marketing mix, para asistir en la elaboración y seguimiento de las políticas y planes de marketing.
- c) Utilizar las nuevas tecnologías de la comunicación a través de Internet, construyendo, alojando y manteniendo páginas web corporativas y gestionando los

sistemas de comunicación digitales, para planificar y realizar acciones de marketing digital.

- d) Diseñar planes de investigación comercial, determinando las necesidades de información, recogiendo los datos secundarios y primarios necesarios para obtener y organizar información fiable de los mercados.
- e) Elaborar informes comerciales, analizando la información obtenida del mercado mediante la aplicación de técnicas estadísticas, para establecer un sistema de información de marketing eficaz (SIM).
- f) Determinar las características del personal de campo, definiendo criterios de selección, dimensión, formación, motivación y remuneración, para organizar grupos de encuestadores y/o entrevistadores.
- g) Interpretar correctamente un cuestionario y las instrucciones adjuntas y pasarlo a los encuestados, garantizando la fluidez y exactitud de las respuestas efectuadas, para realizar encuestas y/o entrevistas.
- h) Definir los objetivos e instrumentos de las relaciones públicas de la empresa u organización, de acuerdo con lo establecido en el plan de marketing, para diseñar la política de relaciones públicas de la empresa.
- i) Relacionar y coordinar a los distintos proveedores, actores y agentes intervinientes, dirigiendo y supervisando el evento según el protocolo establecido y resolviendo las incidencias de forma proactiva, para organizar y gestionar eventos de marketing y comunicación.
- j) Organizar el departamento de atención al cliente y establecer las líneas de actuación para lograr la satisfacción y fidelización de los clientes, aplicando técnicas de comunicación adecuadas para gestionar los servicios de atención e información al cliente.

- k) Establecer el procedimiento de atención y resolución de quejas y reclamaciones de clientes, aplicando técnicas de comunicación y negociación adecuadas y/o de mediación o arbitraje para gestionar las quejas y reclamaciones del cliente, consumidor y usuario.
- l) Realizar propuestas de combinación de medios y soportes publicitarios, respetando la normativa vigente en materia de publicidad y redactando informes de control de emisión y cursaje, para elaborar el plan de medios publicitarios.
- m) Elaborar el argumentario de ventas del producto o servicio para su presentación a la red de ventas y definir las acciones de marketing y de promoción comercial, analizando datos del sistema de información de mercados y el briefing del producto, para gestionar el lanzamiento e implantación de productos y/o servicios en el mercado.
- n) Aplicar técnicas de comunicación publicitaria persuasivas y de atracción del cliente, seleccionando contenidos, textos e imágenes y utilizando el estilo propio de la comunicación comercial e informativa de la empresa para elaborar materiales publipromocionales e informativos.
- ñ) Gestionar en inglés las relaciones con clientes, proveedores, organismos públicos, banca nacional e internacional y demás operadores que intervienen en las actividades comerciales.
- o) 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.
- p) Desarrollar la creatividad y el espíritu de innovación para responder a los retos que se presentan en los procesos y en la organización del trabajo y de la vida personal.

- q) 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.
- r) Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.
- s) Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.
- t) Evaluar situaciones de prevención de riesgos laborales y de protección ambiental, proponiendo y aplicando medidas de prevención personales y colectivas, de acuerdo con la normativa aplicable en los procesos de trabajo, para garantizar entornos seguros.
- u) Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias, para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todos».
- v) Identificar y aplicar parámetros de calidad en los trabajos y actividades realizados en el proceso de aprendizaje, para valorar la cultura de la evaluación y de la calidad y ser capaces de supervisar y mejorar procedimientos de gestión de calidad.
- w) 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.
- x) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales, para participar como ciudadano democrático.



### 3.2.- OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO.

El módulo quiere contribuir a alcanzar los siguientes objetivos generales del ciclo:

- Desarrollar la creatividad y el espíritu de innovación para responder a los retos que se presentan en los procesos y organización de 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 se van a transmitir, la finalidad y las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.

### 3.3.- CAPACIDADES PROFESIONALES DE EL CICLO.

También contribuirá, la programación, a la consecución de las siguientes competencias del título:

- 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, supervisando el desarrollo del mismo, con responsabilidad, manteniendo relaciones fluidas y asumiendo el liderazgo, así como, aportando soluciones a los conflictos grupales que se presentan.

- 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 .

#### 4.- CONTENIDOS.

Los contenidos del modulo bien establecidos en el Decreto 156/2017, de 6 de octubre, del Consell por el que se establece para la Comunitat Valenciana el currículum del ciclo formativo de grado superior correspondiente al título de Técnico o Técnica Superior en Marketing y Publicidad, y son los siguientes:

##### A) Recopilación de la información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de empresas:

- Plan de empresa: la idea de negocio.
- Factores claves de los emprendedores: iniciativa, creatividad y formación.
- Funciones básicas de la empresa.
- La empresa como sistema.
- Análisis del entorno general y específico de una pyme.
- Relaciones de la pyme con su entorno.
- Relaciones de la pyme con el conjunto de la sociedad.

##### b) Establecimiento de la forma jurídica de la empresa:

- La empresa individual. Responsabilidad jurídica y obligaciones formales.
- Sociedades civiles y comunidades de bienes.
- La sociedad mercantil. Tipos de sociedades.
- Sociedad anónima, sociedad limitada y otras.
- Sociedades laborales: anónima y limitada.
- Cooperativas de trabajo asociado y cooperativas de transporte.

- Organismos e instituciones con competencias en el ámbito del transporte.
- Constitución y puesta en marcha de la empresa: requisitos, obligaciones formales y trámites que se deben realizar.
- Subvenciones oficiales y ayudas para la constitución y puesta en marcha de una empresa.
- Obligaciones fiscales y laborales de la empresa.

c) Organización de los trámites para la obtención de recursos financieros:

- Inversión y financiación: estructura económica y estructura financiera de la empresa.
- Necesidades de inversión en la empresa.
- Fuentes de financiación propia y ajena. Financiación interna y externa.
- Subvenciones oficiales y ayudas financieras a la actividad de la empresa.
- Financiación a largo plazo. Productos financieros: préstamos y empréstitos, leasing y renting, otras formas de financiación.
- Financiación a corto plazo: créditos comerciales y aplazamientos de pago, créditos bancarios, negociación de efectos comerciales y factoring.
- Manejo de la hoja de cálculo y otras aplicaciones informáticas para el cálculo de los costes financieros y la amortización de préstamos y otros productos financieros.

d) Determinación de las formalidades para la compra o alquiler de vehículos y otros activos:

- Determinación de las necesidades de equipamiento e inversión.
- Gestión de compras y alquiler de vehículos y suministros.
- Análisis y selección de inversiones. Decisión de compra o alquiler de vehículos y otros inmovilizados.

- Búsqueda de proveedores y suministradores. Solicitud de ofertas y presupuestos.
- Presupuestos y condiciones de compra y de alquiler: cantidad, calidad, precio, descuentos, plazos de entrega, impuestos, condiciones de pago y financiación.
- Elaboración de documentos relativos a las compras y alquiler de vehículos y otros equipamientos, utilizando las herramientas informáticas adecuadas: elaboración de contratos y formulación de pedidos.
- Creación y mantenimiento de bases de datos de proveedores y suministradores: fichero maestro de proveedores, altas y bajas, introducción y actualización de datos.
- Utilización de una aplicación informática de gestión de compras.

e) Elaboración de facturas, recibos y documentos de cobros y pagos:

- Elaboración de presupuestos.
- Facturación de servicios y devengo de facturas: características y requisitos legales, modelos y tipos de facturas, cumplimentación y expedición de facturas.
- Conservación y registro de facturas de acuerdo con la normativa mercantil y fiscal.
- Fiscalidad de las operaciones de la empresa: Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y otros tributos.
- Operaciones intracomunitarias: características y facturación de los productos y/o servicios.
- Medios y documentos de pago y cobro: cheque, transferencia bancaria, recibo normalizado, letra de cambio, tarjeta de crédito y pagaré, entre otros.
- Creación y mantenimiento de bases de datos de clientes.
- Manejo de una aplicación informática de facturación.

f) Gestión del proceso contable y fiscal en las empresas:

- Obligaciones contables de la empresa. Normativa mercantil y fiscal.
- El patrimonio de la empresa: activo, pasivo y patrimonio neto.
- Las cuentas. Terminología, estructura y tipos.
- Los libros contables y de registro.
- El Plan General Contable para las pymes.
- El ciclo contable. Anotaciones contables, amortizaciones y ajustes, cálculo del resultado y cierre del ejercicio.
- Las cuentas anuales.
- El resultado del ejercicio.
- El Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF).
- El Impuesto de Sociedades.
- El Impuesto sobre el Valor Añadido.
- El Impuesto de Circulación de Vehículos.
- Los impuestos sobre determinados vehículos, peajes, tasas y cánones por la utilización de determinadas infraestructuras.
- Manejo de una aplicación informática de contabilidad financiera para el registro contable y para la elaboración de las cuentas anuales.

g) Determinación de la rentabilidad de las inversiones:

- Interpretación y análisis de la información contable y económica financiera de la empresa aplicable a la gestión empresarial.
- El punto muerto o umbral de rentabilidad.
- Evaluación de inversiones y cálculo de la rentabilidad.
- Período medio de maduración.
- Análisis e interpretación de los resultados.
- Análisis de estados financieros de la empresa.
- Principales ratios financieros.

- Análisis económico. Ratios de rentabilidad y eficiencia.
- Utilización de la hoja de cálculo y otras aplicaciones informáticas para el cálculo de ratios y el análisis económico-financiero de la empresa.

Estos contenidos se dividirán en las siguientes unidades de trabajo:

**Unidad 1.** Iniciativa emprendedora y oportunidades de creación de empresas.

**Unidad 2.** Establecimiento de la forma jurídica de una empresa.

**Unidad 3.** Inversión y Financiación.

**Unidad 4.** Fondo de Financiación propia.

**Unidad 5.** Fondo de Financiación ajena.

**Unidad 6.** Financiación a corto Plazo.

**Unidad 7.** Formalidades para la compra o alquiler de vehículos Y otros Activos.

**Unidad 8.** Elaboración de facturas, recibos y documentos de Cobro y Pago.

**Unidad 9.** Gestión del Proceso contable.

**Unidad 10.** Gestión fiscal de la empresa.

**Unidad 11.** Determinación de la rentabilidad de las Inversiones.

**Unidad 12.** Estudio de la Viabilidad económica y financiera

#### **4.1.- TEMPORALIZACIÓN GENERAL**

Los contenidos del módulo, divididos en Unidades de Trabajo, tendrán la siguiente temporalidad:

##### Primera evaluación (70h):

UT 1: Iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de empresas. 14 horas.

UT 2: Forma jurídica de la empresa. 10 horas.

UT 3: Estructura económica y financiera de la empresa. 14 horas.

UT 4: Fuentes de financiación propia. 14 horas.

UT 5: Fuentes de financiación ajena. 18horas.

### Segunda evaluación (74h):

UT 6: Financiación a corto plazo. 20 horas.

UT 7: Presupuesto de ventas y facturación. 18 horas.

UT 8: Medios y documentos de pago y cobro. 16 horas.

UT 9: Gestión del proceso contable. 20 horas.

### Tercera evaluación (50h):

UT 10: Fiscalidad de la empresa. 10 horas.

UT 11: Determinación de la rentabilidad de las Inversiones. 20 horas.

UT 12: Estudio de viabilidad económica y financiera de una pyme. 20 horas.

## **5.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN.**

Los resultados de aprendizaje y criterios de evaluación son:

**1. Recopila información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de empresas, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos.**

### Criterios de evaluación:

- a) Se ha evaluado el concepto de cultura emprendedora y su importancia como fuente de creación de empleo y bienestar social.
- b) Se ha valorado la importancia de la iniciativa individual, la creatividad, la formación y la colaboración, para tener éxito en la actividad emprendedora.
- c) Se han descrito individualmente las funciones básicas de la empresa y se han analizado todas en conjunto como un sistema integral.
- d) Se han identificado los principales componentes del entorno general que rodea a la empresa: económico, social, demográfico y cultural.

- e) Se han evaluado los conceptos de cultura empresarial e imagen corporativa, y su relación con los objetivos empresariales.
- f) Se ha reconocido el fenómeno de la responsabilidad social de la empresa y su importancia como elemento de estrategia empresarial.
- g) Se han identificado prácticas que incorporan valores éticos y sociales.
- h) Se ha llevado a cabo un estudio de viabilidad económica y financiera de una pyme.

## **2. Establece la forma jurídica de la empresa, ajustándose a la normativa vigente.**

### Criterios de evaluación:

- a) Se han evaluado las distintas formas jurídicas de las empresas.
- b) Se han calculado los gastos de constitución y puesta en marcha de la empresa derivados de las distintas formas jurídicas, consultando la legislación vigente.
- c) Se ha obtenido información sobre las posibles ayudas y subvenciones oficiales para la creación de una empresa.
- d) Se ha seleccionado, a partir de un estudio comparativo, la forma jurídica más adecuada, valorando los costes, la responsabilidad y las obligaciones jurídicas.
- e) Se han determinado los trámites jurídicos y administrativos que se deben realizar para la constitución de la empresa, a partir de la información obtenida en las administraciones y organismos competentes.
- f) Se han determinado los trámites administrativos, autorizaciones, licencias y capacitación profesional, en su caso, que se requieren para la puesta en marcha de una empresa.
- g) Se han identificado las obligaciones laborales y fiscales derivadas del ejercicio de la actividad económica de la empresa.
- h) Se han analizado las funciones de los sindicatos, comités de empresa, representantes de personal, inspectores de trabajo y otras instituciones sociales que intervienen en el sector correspondiente.



i) Se han analizado las situaciones de insolvencia, quiebra y suspensión de pagos y el procedimiento de concurso de acreedores en casos de insolvencia, así como la responsabilidad del empresario.

**3. Organiza los trámites para la obtención de los recursos necesarios para la financiación de las inversiones y suministros, evaluando las distintas alternativas financieras posibles.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los organismos que informan sobre la obtención de ayudas y subvenciones públicas para la adquisición y renovación de activos.
- b) Se ha obtenido información sobre los instrumentos financieros y de crédito más habituales para la financiación de las inversiones y demás operaciones de la empresa.
- c) Se ha analizado información sobre el procedimiento, los requisitos, garantías y documentación que se exigen para obtener un crédito o un préstamo en una entidad financiera.
- d) Se han calculado los costes y se han analizado los requisitos y garantías exigidos, en las operaciones de leasing y renting, para la compra de vehículos y otros inmovilizados.
- e) Se han diferenciado los conceptos de interés nominal e interés efectivo y la tasa anual equivalente (TAE), tanto en inversiones como en instrumentos financieros (préstamos y créditos).
- f) Se han calculado los costes y las cuotas de amortización de un préstamo, mediante los sistemas de amortización más utilizados.
- g) Se ha seleccionado la alternativa financiera más ventajosa para la adquisición de vehículos, maquinaria y otros activos en función de costes, riesgos y garantías.

h) Se ha analizado el procedimiento y las condiciones para solicitar los avales, fianzas y garantías bancarias que se requieren para realizar determinadas operaciones de transporte especial.

i) Se han utilizado hojas de cálculo para analizar, mediante las funciones oportunas, diferentes operaciones financieras.

**4. Determina las formalidades para la compraventa y/o el alquiler de los vehículos y otros activos, analizando las necesidades de inversiones y suministros y los recursos financieros necesarios.**

Criterios de evaluación:

a) Se han determinado las necesidades de vehículos, instalaciones, maquinaria y otros activos y los suministros necesarios en las empresas.

b) Se han analizado las diferencias fundamentales entre la compraventa o el alquiler de vehículos, maquinaria e inmovilizados necesarios para el ejercicio de la actividad.

c) Se han identificado las variables de un plan de inversión, diferenciando la financiación propia y ajena y la recuperación de las inversiones a corto y a largo plazo.

d) Se han determinado las necesidades de suministros y servicios de mantenimiento y repuestos, así como los costes que se derivan de los distintos sistemas de aprovisionamiento.

e) Se han evaluado diferentes planes de inversión a partir de los costes y la previsión de ingresos.

f) Se han analizado las ventajas y los inconvenientes de los mercados de primera y segunda mano y de alquiler de vehículos y otros activos.

g) Se ha contactado vía online y offline con diferentes proveedores y suministradores potenciales y se ha solicitado la presentación de ofertas y presupuestos de acuerdo con las especificaciones recibidas.

h) Se han evaluado las diferentes alternativas para la adquisición y renovación de vehículos, maquinaria e instalaciones, a partir del análisis comparativo de los presupuestos de compra y condiciones de pago.

## **5. Elabora facturas, recibos y documentos de cobro y pago de los productos y de los servicios prestados, aplicando las normas mercantiles y fiscales de facturación.**

### Criterios de evaluación:

a) Se han interpretado las normas mercantiles y fiscales y los usos del comercio que regulan la facturación de productos o servicios, incluyendo la facturación electrónica.

b) Se han identificado los impuestos que gravan los servicios de transporte y los tipos de gravamen aplicables en cada caso.

c) Se han interpretado los aspectos del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y las obligaciones establecidas para la facturación de productos y/o servicios nacionales e internacionales.

d) Se ha realizado la facturación de la venta de productos y/o la prestación de servicios, utilizando las aplicaciones informáticas adecuadas.

e) Se han analizado las características, costes de gestión de cobro y negociación y los riesgos de los diferentes medios de pago o cobro.

f) Se han gestionado los impagos de clientes, cumpliendo los requisitos y plazos contemplados en la normativa vigente.

g) Se han supervisado las condiciones de pago y cobro de las operaciones en divisas.

## **6. Gestiona el proceso contable y fiscal de la empresa, aplicando la normativa mercantil y fiscal vigente y los principios y normas del Plan General Contable.**

### Criterios de evaluación:

- a) Se han diferenciado las distintas partidas del balance, analizando su relación funcional: activo (fijo y circulante), pasivo (fijo y circulante) y patrimonio neto.
- b) Se han diferenciado los conceptos de inversión, gasto y pago, ingreso y cobro.
- c) Se han registrado las operaciones realizadas y se ha calculado el resultado, de acuerdo con los principios generales y las normas de valoración del Plan General Contable.
- d) Se ha determinado la amortización de los vehículos y demás elementos del inmovilizado, de acuerdo con la normativa fiscal vigente y el Plan General Contable.
- e) Se han elaborado las cuentas anuales, de acuerdo con del Plan General Contable para las pymes.
- f) Se han identificado las obligaciones fiscales derivadas de la aplicación y gestión del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA).
- g) Se han establecido las gestiones que se han de realizar para la liquidación del Impuesto de Circulación de Vehículos, interpretando la normativa que lo regula.
- h) Se han identificado los impuestos sobre determinados vehículos, así como las tasas, cánones y derechos de uso que se han de pagar por la utilización de determinadas infraestructuras.
- i) Se han determinado las obligaciones fiscales relativas a los impuestos que gravan los beneficios, en función de la forma jurídica de la empresa: IRPF e Impuesto de Sociedades.
- j) Se ha utilizado una aplicación informática de contabilidad.

**7. Determina la rentabilidad de las inversiones y la solvencia y eficiencia de la empresa, analizando los datos económicos y la información contable disponible.**

### Criterios de evaluación:

- a) Se han empleado las aplicaciones y utilidades de la información contable y los estados financieros, para una gestión eficaz de la empresa.
- b) Se han valorado las relaciones del equilibrio necesarias entre las inversiones realizadas y los recursos financieros propios y ajenos, diferenciando entre la financiación básica y la del circulante.
- c) Se han aplicado los métodos más habituales para la evaluación de la rentabilidad de inversiones: tasa interna de rentabilidad (TIR), valor actual neto (VAN) y tasa de retorno.
- d) Se ha calculado el valor de adquisición, vida útil, valor actual, valor de reposición y valor residual de los elementos del inmovilizado.
- e) Se han calculado los flujos de tesorería o cash-flow y el período medio de maduración.
- f) Se ha calculado el punto muerto o umbral de rentabilidad.
- g) Se han calculado los principales ratios y los indicadores financieros, para analizar los estados financieros a través del balance y la cuenta de resultados.
- h) Se han utilizado hojas de cálculo para la determinación de los diferentes ratios financieros y el cálculo de la rentabilidad de la empresa.

## **7.- LA CALIFICACIÓN.**

### **7.1.- PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN.**

Como instrumentos consideramos:

(A) Revisión de los trabajos en clase a través del cuaderno y actividades diarias. Las actividades diarias en el aula con los alumnos, nos aportarán datos importantes sobre la constancia, la dedicación, el interés y la evolución de los mismos. El seguimiento de los trabajos en el aula y la forma de participar de los alumnos en las actividades habituales nos permite realizar una primera valoración de los conocimientos y dificultades que

muestra cada uno de ellos. En esta asignatura las tareas tendrán un carácter obligatorio, entendiéndose que su realización es necesaria para ir desarrollando ciertas técnicas y formas de trabajo (plataforma Aules).

(B) Trabajos escritos (informes, comentarios, tareas de resolución de cuestiones) de forma individual o en grupo, en este último caso se medirá el grado de participación individual. Se podrá exigir la realización de un esquema y/o resumen de cada tema, así como de los ejercicios de autoevaluación propuestos por el profesor (plataforma Aules).

(C) Pruebas de exposición temática que permitan evaluar la capacidad para manejar una extensa información y presentarla de forma ordenada y coherente, la capacidad para hacer valoraciones y juicios equilibrados, sacar conclusiones, etc.

(D) Las pruebas individuales objetivas escritas que podrán ser de contenido teórico o teórico-práctico. Se hará al menos una o dos pruebas objetivas individuales por cada evaluación las cuales recogerán tareas y así como alguna actividad que se considere apropiada para evaluar algún aspecto concreto.

- ❖ Ejercicios de autoevaluación, los cuales recogen prácticas de auto corrección de tareas y propicien la reflexión sobre su proceso de aprendizaje.
- ❖ Ejercicios de co-evaluación, son prácticas de corrección entre los alumnos, revisadas de modo posterior por el profesor.

### 6.3.- CRITERIOS DE CALIFICACION.

La calificación de cada evaluación trimestral será el resultado de la siguiente ponderación:

- ✓ Pruebas específicas de evaluación: ejercicios teórico-prácticos **60%**, pruebas objetivas de evaluación, para superarlas hay que obtener un cinco o más.
- ✓ Trabajos individuales o en grupo, el trabajo en clase, actividades, ejercicios, problemas, ... **15%**

- ✓ El test de repaso de cada unidad didáctica que se realizara mediante la plataforma Aules **15%**.
- ✓ Comportamiento, asistencia, puntualidad, respeto del material e instalaciones, participación en clase, interés y dedicación por la materia **10%**.

### Observaciones:

1.- La nota de cada trimestre se calificará de 1 a 10 puntos sin decimales. En el caso de que existan decimales, se redondearán por encima cuando estén comprendidos entre 5 y 9, para poder poner la nota mediante números enteros en el programa ITACA, pero se guarda la nota con decimales para la media de final de curso. Se calculará la media ponderada de las notas obtenidas en los exámenes parciales de cada trimestre, siendo indispensable obtener una nota mínima de 3 puntos para calcular la media. Las faltas de ortografía descuentan una décima de punto, (0,10 puntos), cada una, con un límite de un punto.

Recuperación de las evaluaciones primera y segunda: al término de los exámenes parciales de cada evaluación primera y segunda se hará un examen de recuperación de todas las unidades didácticas impartidas en cada evaluación y así poder detectar mejor los problemas de aprendizaje de los alumnos y evitar el abandono de la materia. Incentivando a nuestros alumnos a la realización de actividades de contenidos no superados. La nota máxima que se puede obtener en las recuperaciones es de seis puntos. De la tercera evaluación no habrá recuperación.

Si un alumno/a no asiste a la realización de un examen:

- ✓ Si justifica la falta se le hará el examen otro día. Se considera justificada la falta si el alumno aporta un justificante médico o un justificante oficial, y no valdrá el justificante hecho por los padres.
- ✓ En el caso de que no justifique la falta, irá directamente al examen de recuperación.

La asistencia a clase es obligatoria y si se falta un 15% o más de las clases correspondientes, sin causa justificada, durante la evaluación, el alumno/a perderá el derecho a evaluación continua y deberá presentarse a la recuperación de toda la evaluación. Si algún alumno/a copia durante un examen se le suspenderá la evaluación correspondiente y en el caso de que vuelva a copiar tendrá que examinarse de toda la materia en el mes de junio (prueba extraordinaria).

2.- La nota de final de curso en el mes de junio, será la media ponderada de las tres evaluaciones y no se hará media con notas inferiores a tres con cinco puntos. Para superar la materia se ha de obtener una calificación igual o superior a cinco puntos.

3.- A finales de junio se realizará la prueba extraordinaria de toda la materia del presente curso a la que se pueden presentar todos los alumnos que tengan la asignatura pendiente de aprobar.

## **6.4.- EVALUACION DEL PROCESO DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE.**

### **A.- INDICADORES**

La programación didáctica:

- Adapta los objetivos a las características del alumnado y al entorno del centro.
- Incorpora los distintos tipos de contenidos (conceptos, procedimientos y actitudes).
- Distribuye adecuadamente los contenidos mediante secuencias a lo largo del curso.
- Prevé la educación en valores, referidos a: convivencia, principios democráticos, defensa del medio ambiente, educación para la salud, etc.
- Programa actividades adecuadas para abordar los objetivos y contenidos.
- Establece criterios de evaluación y promoción, (además de criterios de calificación), y son coherentes con los objetivos y contenidos previstos.
- Dispone de instrumentos variados para evaluar los distintos aprendizajes de los alumnos y son coherentes con los criterios de evaluación definidos en la programación.



- Define acciones para desarrollar una metodología que permita orientar el trabajo en el aula.
- Prevé los materiales y recursos didácticos que se van a utilizar.
- Diseña estrategias para dar una respuesta adecuada a la diversidad.

El desarrollo del proceso de enseñanza y aprendizaje:

- Utiliza instrumentos variados para evaluar los distintos aprendizajes de los alumnos y son coherentes con los criterios de evaluación de la programación.
- Registra las observaciones realizadas en las distintas etapas del proceso de evaluación (correcciones de trabajos, resultados de pruebas, dificultades y logros de los alumnos, actitudes ante el aprendizaje).
- Favorece el desarrollo de estrategias de autoevaluación y coevaluación en los alumnos para analizar sus propios aprendizajes.
- Participa activamente en las sesiones de evaluación.

## **B.- CRITERIOS.**

Como hemos descrito anteriormente, no solo evaluamos a los alumnos, sino también se evalúa todo el proceso con tal de corregir errores y mejorar el aprendizaje. Esta evaluación se realiza durante todo el curso. Se hará un seguimiento trimestral de la programación y de los resultados de las evaluaciones y al final elaborará la memoria, donde se incluirán las posibles mejoras sobre: metodología, secuenciación, horarios,...

### **6.5.- RÚBRICAS DE VALORACIÓN.**

Las rúbricas de valoración son una poderosa herramienta para el profesorado para evaluar y especialmente en el trabajo por competencias clave, y constan de:

- ✓ Columnas verticales que indican los componentes que van a ser valorados.
- ✓ Filas horizontales con los grados o niveles de dominio esperados.
- ✓ Las celdas horizontales con los criterios que van a permitir la evaluación.

### Las rúbricas de valoración:

- ✓ Promueven expectativas en los aprendizajes, pues clarifican cuáles son los referentes del profesor y de qué manera pueden alcanzarlos los estudiantes.
- ✓ Enfocan al profesor para que determine de manera específica los estándares que va a medir y documenta en el progreso del estudiante.
- ✓ Permiten al profesor describir cualitativamente los distintos niveles esperados y objetos de evaluación.
- ✓ Permiten que los estudiantes conozcan los criterios de calificación y proporcionan a los estudiantes retroalimentación sobre sus fortalezas y debilidades.
- ✓ Ayudan a mantener el o los logros del objetivo de aprendizaje o los estándares de desempeño establecidos en el trabajo del estudiante.
- ✓ Proporcionan criterios específicos para medir y documentar el progreso del estudiante.
- ✓ Son fáciles de utilizar y aplicar y reducen la subjetividad de la evaluación.
- ✓ Permiten que el estudiante se autoevalúe y haga una revisión final de sus tareas.
- ✓ Proveen al profesor información de retorno sobre la efectividad de la enseñanza que está utilizando.

Un aspecto que se intenta potenciar dentro del marco europeo educativo es la reflexión sobre la propia práctica docente. Debe considerarse esta reflexión un proceso formativo que fortalecerá la labor docente y permitirá al profesor o a la profesora mejorar los aprendizajes de sus alumnos. Incluimos algunas herramientas de evaluación (rubricas) destinadas a facilitar este proceso.

## 7.- EVALUACION DE LA PRÁCTICA DOCENTE E INDICADORES DE ÉXITO.

Los profesores tendrán que evaluar no solo los aprendizajes de los alumnos, sino también los procesos de aprendizaje y su propia práctica docente.

El profesor debe estar continuamente evaluando su actuación y tomando decisiones para adaptar su intervención a las características y necesidades del grupo. No obstante, los momentos de evaluación sumativa de los alumnos son especialmente adecuados para valorar la influencia de la labor docente en los resultados alcanzados por los alumnos. También será tomada en cuenta al final del curso mediante un cuestionario a los alumnos. También el profesor debe autoevaluarse y corregir de las posibles desviaciones:

- 1º. Objetivos, si éstos resultasen excesivos para el nivel medio ponderado del grupo o su adecuación.
- 2º. Temporalización, actuando sobre las actividades y trabajos que hubiesen tenido un mayor grado de dificultad, el grado de adaptación al ritmo de aprendizaje del grupo.
- 3º. Metodología y actividades, modificándolas, si es necesario, para adaptarlas a las necesidades y características del alumnado.
- 4º. También debe evaluarse el ambiente de trabajo en clase, la motivación que generan las actividades, la actitud del profesor, las relaciones que establece con sus alumnos, etc.

Los indicadores de éxito serán decisivos para detectar dificultades en el momento en que se produzcan, averiguar las causas y reorientar la intervención educativa y acomodarla a la diversidad de las capacidades, ritmos de aprendizaje, intereses y motivaciones del alumnado.

Para poder incorporar las medidas de mejora, se tiene que tener en cuenta una serie de indicadores de éxito, que ayudaran a comprobar el funcionamiento de la programación. Estos indicadores se obtendrán a través de cuestionarios o encuestas, a cumplimentar por alumnos y profesores.

La evaluación de la práctica docente debe enfocarse al menos con relación a momentos del ejercicio:

1. Programación.
2. Desarrollo.
3. Evaluación.

## 8.- METODOLOGÍA DIDÁCTICA.

Las enseñanzas de formación profesional tienen por objeto conseguir que el alumnado adquiera las competencias profesionales, personales y sociales, necesarias para ejercer la actividad profesional definida en la competencia general del programa formativo. Los resultados de aprendizaje que permiten obtener dichas competencias son mayoritariamente procedimentales, por lo que la metodología a utilizar será eminentemente práctica.

Por otra parte, conociendo las futuras actividades laborales para las que el módulo va a capacitar a los alumnos, los métodos de enseñanza deben ser muy funcionales, es decir que los contenidos aprendidos deben poder aplicarse en circunstancias profesionales reales.

La metodología propuesta en la presente programación, se basa en los siguientes principios:

- Debe partir de los intereses de los alumnos para ser motivadora.
- Funcional para que puedan aplicar los conocimientos adquiridos en su futura vida laboral.
- Eminentemente práctica para desarrollar destrezas y habilidades que les permitan resolver problemas.
- Cualquier intervención educativa debe tener como objetivo que los alumnos realicen aprendizajes autónomos; es decir enseñar a aprender.
- Reflexiva para favorecer el espíritu crítico y la capacidad de análisis.
- Flexible para poder adaptarse a las necesidades de los alumnos.

Esta metodología didáctica se concreta desarrollando dentro de cada unidad temática las siguientes actividades de enseñanza - aprendizaje:

1.- Introduciendo cada unidad con una actividad motivadora, utilizando por ejemplo casos reales y/o videos actuales que muestren la aplicación práctica en las empresas de los contenidos que se van a trabajar. El análisis grupal de estos ejemplos prácticos, dirigido por el profesor, permite a los alumnos "descubrir" la importancia de los contenidos que vamos a trabajar para la consecución de los objetivos empresariales. 2.- Una explicación por parte del profesor de los aspectos teóricos que permita a los alumnos asimilar conocimientos y procedimientos para encarar los proyectos, es siempre necesaria. Se intentará en la medida de lo posible utilizar elementos visuales y ejemplos reales extraídos de la realidad empresarial como elementos de apoyo.

3.- Actividades, tanto individuales como grupales, adecuadas a los objetivos y contenidos de cada unidad, por ejemplo: La resolución y análisis de ejemplos prácticos empleando un esquema facilitado por el profesor, es un método muy eficaz para interiorizar las etapas en el desarrollo de un proyecto o el abordaje de un problema. Aprendizaje por proyectos es otra actividad interesante como método de aprendizaje. A través de la presentación en público de los trabajos realizados se consigue el objetivo del ciclo "aprender a aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación".

## **9.- ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.**

Dadas las diferentes vías de acceso a los Ciclos Formativos de Grado Superior (Bachillerato, Universidad, pruebas de acceso de mayores de 18 años ...), la diversidad de alumnado en el aula puede ser un hecho, por lo tanto, se diseñarán actividades que puedan atender a esta diversidad. Se entiende por medidas de atención a la diversidad

aquellas actuaciones y programas de tipo organizativo, curricular y de coordinación que se pueden llevar a cabo en el proceso de planificación o en el desarrollo de los procesos de enseñanza-aprendizaje para atender a la diversidad del alumnado.

Dichas medidas deben abarcar desde la prevención hasta la intervención directa con el alumnado y pueden ser ordinarias, específicas y extraordinarias. Se tendrán en cuenta medidas de tipo ordinario dirigidas a prevenir o compensar dificultades leves sin alterar los elementos esenciales del currículum. Como medidas generales, tendríamos:

- Organización de contenidos en ámbitos integradores.
- Metodologías que favorezcan la participación de todo el alumnado.
- Selección y utilización de materiales curriculares diversos.
- Actividades de refuerzo si se trata de alumnado con dificultades para alcanzar los objetivos
- Medidas de ampliación y profundización para aquellos alumnos que lo requieran.

En caso de que se detectara la necesidad de algún otro tipo de intervención, se comunicaría al Departamento de Coordinación Pedagógica para el estudio de las medidas a adoptar

## **10.- UNIDADES DIDÁCTICAS.**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. Iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de empresas**

#### **Orientaciones pedagógicas**

---

Resulta muy relevante el reconocimiento de oportunidad que subyace en la creación de una empresa. Igualmente es un factor determinante estudiar el potencial de este emprendimiento y analizar específicamente los factores que impulsan el reconocimiento de oportunidades.

En esta unidad se estudiará el plan de empresa y los factores que necesita un emprendedor, así como las funciones de la empresa como un sistema.

## Contenidos

---

- 1.1. Plan de empresa. La idea de negocio
- 1.2. Factores clave de los emprendedores: iniciativa, creatividad y formación
- 1.3. Funciones básicas de la empresa
- 1.4. La empresa como sistema
- 1.5. Análisis del entorno real de una pyme

## Objetivos

---

- Evaluar el concepto de *cultura emprendedora*.
- Valorar la importancia de la iniciativa individual y la creatividad.
- Describir las funciones básicas de la empresa como sistema.
- Identificar el entorno que rodea a la empresa.
- Estimar el concepto de cultura empresarial.
- Reconocer la importancia de la responsabilidad social de la empresa.

## Resultados del aprendizaje

---

- a) Se ha evaluado el concepto de cultura emprendedora y su importancia como fuente de creación de empleo y bienestar social.
- b) Se ha valorado la importancia de la iniciativa individual, la creatividad, la formación y la colaboración, para tener éxito en la actividad emprendedora.
- c) Se han descrito individualmente las funciones básicas de la empresa y se han analizado todas en conjunto como un sistema integral.
- d) Se han identificado los principales componentes del entorno general que rodea a la empresa: económico, social, demográfico y cultural.
- e) Se han evaluado los conceptos de cultura empresarial e imagen corporativa, y su relación con los objetivos empresariales.

- f) Se ha reconocido el fenómeno de la responsabilidad social de la empresa y su importancia como elemento de estrategia empresarial.

### Crterios de evaluaci3n

---

Al finalizar esta unidad didáctica el alumnado habrá adquirido la capacidad de:

- Conocer el concepto de cultura emprendedora y su importancia.
- Valorar la importancia que tiene la iniciativa individual, la creatividad, la formaci3n y la colaboraci3n, para tener éxito en la actividad emprendedora.
- Describir individualmente las funciones básicas de la empresa y analizar todas en conjunto como un sistema integral.
- Identificar los principales componentes del entorno general que rodea a la empresa: econ3mico, social, demográfico y cultural.
- Evaluar los conceptos de cultura empresarial e imagen corporativa, y su relaci3n con los objetivos empresariales.
- Reconocer el fenómeno de la responsabilidad social de la empresa y su importancia como elemento de estrategia empresarial.
- Identificar prácticas que incorporan valores éticos y sociales.

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. Establecimiento de la forma jurídica de la empresa

#### Orientaciones pedag3gicas

---

A todo emprendedor le surgen varias cuestiones que ha de resolver antes de iniciar un negocio, como por ejemplo, qué idea es la mejor para poner en marcha y dónde ubicar la empresa. otro dilema al que se deben enfrentar los emprendedores es elegir qué forma jurídica tendrá esta.

En esta unidad se estudian los tipos de empresas que existen, su constituci3n, así como todas las obligaciones que tienen.

#### Contenidos

---



- 2.1. La empresa individual. Responsabilidad jurídica y obligaciones formales
- 2.2. Sociedades civiles y comunidades de bienes
- 2.3. La sociedad mercantil. Tipo de sociedades
- 2.4. Cooperativas de trabajo asociado y cooperativas de transporte
- 2.5. Organismos e instituciones con competencia en el ámbito del transporte
- 2.6. Constitución y puesta en marcha de una empresa
- 2.7. Subvenciones oficiales y ayudas para la constitución y puesta en marcha de una empresa
- 2.8. Obligaciones fiscales y laborales de una empresa
- 2.9. El concurso de acreedores en situaciones de insolvencia

## Objetivos

---

- Evaluar las distintas formas jurídicas de la empresa.
- Estudiar la constitución y puesta en marcha de una empresa.
- Obtener información sobre posibles ayudas y subvenciones.
- Seleccionar la forma jurídica más adecuada a un proyecto.
- Determinar los trámites jurídicos y administrativos de constitución de una empresa.
- Identificar las obligaciones fiscales y laborales de una empresa.
- Analizar las situaciones de insolvencia, quiebra y suspensión de pagos.

## Resultados del aprendizaje

---

- a) Se han evaluado las distintas formas jurídicas de las empresas.
- b) Se han estudiado la constitución y puesta en marcha de la empresa, derivados de las distintas formas jurídicas, consultando la legislación vigente.
- c) Se ha obtenido información sobre las posibles ayudas y subvenciones oficiales para la creación de una empresa.

- d) Se han identificado las obligaciones laborales y fiscales derivadas del ejercicio de la actividad económica de la empresa.
- i) Se han analizado las situaciones de insolvencia, quiebra, suspensión de pagos y el procedimiento de concurso de acreedores en casos de insolvencia, así como la responsabilidad del empresario.

### Criterios de evaluación

---

A la finalización de esta unidad el alumnado estará en disposición de:

- Evaluar las distintas formas jurídicas de la empresa.
- Estudiar la constitución y puesta en marcha de una empresa.
- Obtener información sobre posibles ayudas y subvenciones.
- Seleccionar la forma jurídica más adecuada a un proyecto.
- Determinar los trámites jurídicos y administrativos de constitución de una empresa.
- Identificar las obligaciones fiscales y laborales de una empresa.
- Analizar las situaciones de insolvencia, quiebra y suspensión de pagos.

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. Inversión y financiación

#### Orientaciones pedagógicas

---

El desarrollo interno de la empresa y los proyectos empresariales que pueda desarrollar constituyen oportunidades que permiten que un negocio crezca. Una vez que se tiene clara la decisión de desarrollar el proyecto de actividad, es conveniente elaborar un plan de inversión y financiación que cubra las necesidades que dicho proyecto conlleva.

En esta unidad se estudiará todo lo relacionado con la inversión y financiación, así como las necesidades de inversión de las empresas y las fuentes con las que puede contar desde el ámbito público y privado, pasando por las subvenciones oficiales y ayudas al emprendimiento.

## Contenidos

---

- 3.1. Inversión y financiación. Estructura económica y estructura financiera de la empresa
- 3.2. Necesidades de inversión en la empresa
- 3.3. Fuentes de financiación propia y ajena. Financiación interna y externa
- 3.4. Subvenciones oficiales y ayudas financieras a la actividad de la empresa

## Objetivos

---

- Comprender el concepto de *inversión* desde los puntos de vista económico y financiero.
- Definir las necesidades de inversión de la empresa.
- Diferenciar y clasificar las fuentes de financiación de la empresa.
- Identificar las subvenciones y ayudas financieras para la empresa.

## Resultados del aprendizaje

---

- a) Se ha comprendido el significado de inversión y financiación.
- b) Se han evaluado las necesidades de inversión de la empresa más usuales.
- c) Se ha estudiado el método de financiación empresarial, reconociendo fuentes internas y externas.
- d) Se han identificado distintas subvenciones y ayudas.

## Criterios de evaluación

---

Al finalizar esta unidad didáctica el alumnado deberá demostrar la adquisición de los conocimientos necesarios para haber:

- Comprendido el concepto de inversión desde los puntos de vista económico y financiero.
- Definido las necesidades de inversión de la empresa.
- Diferenciado y clasificar las fuentes de financiación de la empresa.
- Identificado las subvenciones y ayudas financieras para la empresa.

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. Fuentes de financiación propia

### Orientaciones pedagógicas

---

La financiación propia está formada por aquellos recursos financieros que llegan a la empresa por distintos orígenes, y que esta no está obligada a devolver, por tanto no son exigibles por terceros. Para su adecuado estudio conviene proceder al análisis de las diferentes magnitudes que la conforman, siendo usual la distinción entre aportaciones externas y autofinanciación.

En esta unidad se estudiarán las dos fuentes de financiación propia: la externa y la interna.

### Contenidos

---

- 4.1. Financiación propia y externa
- 4.2. Las ampliaciones de capital
- 4.3. Financiación propia interna o autofinanciación

### Objetivos

---

- Analizar las fuentes de financiación propia de la empresa.
- Introducirse en la fuente de financiación basada en *business angels*.
- Comprender las distintas finalidades de las ampliaciones de capital.
- Desarrollar el concepto de *autofinanciación empresarial*.

### Resultados del aprendizaje

---

- a) Conocer las fuentes de financiación propia y externa.
- b) Determinar cuáles pueden ser las aportaciones de inversores, incluyendo inversores privados (*business angel*) y el contrato que recoge el acuerdo.
- c) Determinar las posibles ampliaciones de capital, así como nuevas inversiones y proyectos.

## Criterios de evaluación

---

Una vez finalizada esta unidad formativa, el alumnado deberá demostrar sus conocimientos en relación con su capacidad para haber:

- Analizado las fuentes de financiación propia de la empresa.
- Introducido en la fuente de financiación basada en *business angels*.
- Comprendido las distintas finalidades de las ampliaciones de capital.
- Desarrollado el concepto de autofinanciación empresarial.

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. Fuentes de financiación ajena

### Orientaciones pedagógicas

---

Las fuentes de financiación ajena de una empresa son recursos que habrá que ser devueltos en corto o medio plazo. La distinción entre ambas no es trivial, pues el procedimiento para su obtención, las entidades que las conceden e incluso su destino son muy distintos.

En esta unidad se estudiará las fuentes de financiación ajenas a la empresa.

### Contenidos

---

- 5.1. Productos financieros: préstamos y empréstitos
- 5.2. Características del préstamo
- 5.3. Conceptos fundamentales de las operaciones de préstamo
- 5.4. Tipo de interés nominal y tipo de interés efectivo
- 5.5. Sistema de amortización de préstamos
- 5.6. Manejo de la hoja de cálculo
- 5.7. *Leasing* y *renting*
- 5.8. Otras formas de financiación

## Objetivos

---

- Obtener información sobre los instrumentos financieros y de crédito más habituales para la financiación de las inversiones y demás operaciones de la empresa.
- Disponer de la información necesaria para una toma de decisiones acertada en materia de modalidades de préstamo.
- Conocer las distintas opciones de arrendamiento financiero y otras de financiación.

## Resultados del aprendizaje

---

- a) Se ha obtenido información sobre servicios bancarios y formas de financiación de las inversiones y demás operaciones, analizando el procedimiento, documentación, requisitos y garantías exigidas para obtener un crédito o un préstamo bancario.
- b) Se ha estudiado el concepto de empréstito.
- c) Se han diferenciado los conceptos de interés nominal e interés efectivo y la tasa anual equivalente (TAE), tanto en inversiones como en instrumentos financieros (préstamos y créditos).
- d) Se ha manejado la hoja de cálculo para analizar, mediante las funciones oportunas, diferentes operaciones financieras.
- e) Se han valorado las opciones de *leasing* y *renting*.
- f) Se han estudiado otras formas de financiación.

## Criterios de evaluación

---

Al finalizar esta unidad didáctica, el alumnado demostrará estar capacitado para el desarrollo de las siguientes actuaciones:

- Conseguir informació sobre los instrumentos financieros y de crédito más habituales para la financiación de las inversiones y demás operaciones de la empresa.
- Disponer de la información necesaria para una toma de decisiones acertada en materia de modalidades de préstamo.
- Conocer las distintas opciones de arrendamiento financiero y otras de financiación.

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. Financiación a corto plazo

### Orientaciones pedagógicas

---

La financiación a corto plazo ayuda a superar momentos puntuales de liquidez, asociados por ejemplo al impago de uno o varios clientes o a un pequeño bache económico. Normalmente, es más sencillo obtener este tipo de financiación y se solicitan menores requisitos para obtenerla. Normalmente, el corto plazo suele ir asociado con un periodo de tiempo menor a un año.

En esta unidad se estudiará la financiación a corto plazo y las distintas operaciones que hay que realizar para obtenerla.

### Contenidos

---

- 6.1. Créditos comerciales y aplazamientos de pago
- 6.2. Créditos bancarios
- 6.3. Negociación de efectos comerciales
- 6.4. Operaciones de *factoring* y *confirming*
- 6.5. Negociación con entidades las financieras
- 6.6. Finanzas y garantías exigidas. Costes y riesgos financieros
- 6.7. *Direct lending* y otras fórmulas de financiación a corto plazo

## Objetivos

---

- Comprender los mecanismos y efectos del crédito comercial.
- Analizar la información necesaria para la obtención de un crédito.
- Obtener información acerca de la negociación de efectos comerciales.
- Estudiar las operaciones de *factoring* y *confirming*.
- Trabajar los elementos fundamentales de la negociación con entidades financieras.
- Identificar la gestión necesaria relativa a finanzas garantizadas.
- Conocer algunas de las alternativas actuales de financiación de empresas.

## Resultados del aprendizaje

---

- a) Se ha obtenido información sobre los instrumentos financieros y de crédito más habituales para la financiación de las inversiones y otras operaciones de la empresa.
- b) Se ha analizado información sobre el procedimiento, los requisitos, garantías y documentación que se exigen para obtener un crédito o un préstamo en una entidad financiera.
- d) Se ha obtenido información sobre los requisitos y garantías exigidos en las operaciones de *factoring* y *confirming*.
- g) Se han conocido otras fuentes de financiación nueva y de acceso al crédito.

## Criterios de evaluación

---

Una vez finalizada la exposición de esta unidad didáctica, el alumnado estará en disposición de demostrar su destreza en lo relativo a las siguientes competencias:

- Comprender los mecanismos y efectos del crédito comercial.
- Analizar la información necesaria para la obtención de un crédito.
- Obtener información acerca de la negociación de efectos comerciales.
- Estudiar las operaciones de *factoring* y *confirming*.



- Trabajar los elementos fundamentales de la negociación con entidades financieras.
- Identificar la gestión necesaria relativa a finanzas garantizadas.
- Conocer algunas de las alternativas actuales de financiación de empresas.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 7. Formalidades para la compra o alquiler de vehículos y otros activos**

### **Orientaciones pedagógicas**

Cubrir las necesidades de compra o alquiler de vehículos de la empresa pasa por analizar las opciones que se le presentan antes de tomar una decisión sobre cómo invertir. Para esto se ha de tener en cuenta la necesidad de la adquisición y a continuación la tipología del producto.

En esta unidad se estudiará la política de inversión en activos productivos, especialmente en vehículos de transporte.

### **Contenidos**

- 7.1. Análisis y selección de inversiones
- 7.2. Presupuestos y condiciones de compra y alquiler

### **Objetivos**

- Analizar características necesarias de un vehículo para su acertada inversión.
- Comparar la financiación de vehículos con la opción de alquiler mediante *renting*.

### **Resultados del aprendizaje**

- a) Se han determinado las necesidades de vehículos y otros activos, así como los suministros necesarios en las empresas.
- b) Se han analizado las diferencias fundamentales entre la compraventa o el alquiler de vehículos necesarios para el ejercicio de la actividad.
- c) Se han analizado las ventajas y los inconvenientes de los mercados de primera y segunda mano.

## Criterios de evaluación

---

Al concluir esta unidad didáctica, el alumnado estará en condiciones de haber:

- Analizado las características necesarias de un vehículo para su acertada inversión.
- Comparado la financiación de vehículos con la opción de alquiler mediante *renting*.

## UNIDAD DIDÁCTICA 8. Elaboración de facturas, recibos y documentos de cobro y pago

### Orientaciones pedagógicas

---

Los documentos comerciales son todos los comprobantes extendidos por escrito en los que se deja constancia de las operaciones que se realizan en la actividad mercantil, de acuerdo con los usos y costumbres generalizadas y las disposiciones de la ley.

En esta unidad se estudiarán las características de los documentos mercantiles básicos de facturación.

### Contenidos

---

- 8.1. Elaboración de presupuestos
- 8.2. Facturación de servicios y devengo de facturas. Características y requisitos legales
- 8.3. Conservación y registro de facturas de acuerdo con la normativa mercantil y fiscal
- 8.4. Fiscalidad de las operaciones de la empresa. Impuesto sobre el valor añadido y otros tributos
- 8.5. Operaciones intracomunitarias: características y facturación de productos o servicios
- 8.6. Medios y documentos de pago y cobro

### Objetivos

---

- Elaborar presupuestos comerciales atendiendo al concepto de *margen bruto*.

- Analizar los requerimientos legales y formales de las facturas.
- Conocer las características de las operaciones intracomunitarias.
- Interpretar el correcto uso de los diferentes medios de pago y cobro.
- Ver la gestión adecuada de impagados y procedimiento de cobro.

### Resultados del aprendizaje

---

- a) Se han interpretado las normas mercantiles y fiscales y los usos del comercio que regulan la facturación de productos y/o servicios, incluyendo la facturación electrónica.
- b) Se han interpretado los aspectos del Impuesto sobre el valor añadido (IVA) y las obligaciones establecidas para la facturación de productos y/o servicios nacionales e internacionales.
- c) Se han cumplimentado y gestionado los documentos correspondientes a los diferentes medios de pago y cobro de las operaciones de la empresa.
- d) Se han gestionado los impagados de clientes, cumpliendo los requisitos y plazos contemplados en la normativa vigente.

### Criterios de evaluación

---

Al finalizar esta unidad didáctica el alumnado adquirirá la capacidad de haber:

- Elaborado un presupuesto comercial atendiendo al concepto de margen bruto.
- Analizado los requerimientos legales y formales de las facturas.
- Conocido las características de las operaciones intracomunitarias.
- Interpretado el correcto uso de los diferentes medios de pago y cobro.
- Visto la gestión adecuada de impagados y procedimiento de cobro.

## UNIDAD DIDÁCTICA 9. Gestión del proceso contable

### Orientaciones pedagógicas

---

El sistema de gestión contable está dirigido por un modelo básico complementado por un sistema de información bien planificado y diseñado, ofreciendo de esta manera,

compatibilidad, control, flexibilidad y una relación aceptable entre costo y beneficio. El sistema de gestión contable de cualquier empresa, sin depender del sistema contable que la misma utilice, debe llevar a cabo unos pasos básicos utilizando todos los recursos que se encuentren relacionados con las actividades financieras.

En esta unidad se estudiarán los conceptos básicos que definen la contabilidad de la empresa y los procesos que conducen a la obtención de las cuentas anuales.

## Contenidos

---

- 9.1. Obligaciones contables de la empresa. Normativa mercantil y fiscal
- 9.2. El patrimonio de la empresa: activo, pasivo y patrimonio neto
- 9.3. Las cuentas. Terminología, estructura y tipos
- 9.4. Los libros contables y de registro
- 9.5. El Plan General de Contabilidad para pymes
- 9.6. El ciclo contable. Anotaciones contables, amortizaciones, cálculo del resultado y cierre del ejercicio
- 9.7. Las cuentas anuales
- 9.8. El resultado del ejercicio

## Objetivos

---

- Identificar las distintas partidas del balance, activo, pasivo y patrimonio neto.
- Diferenciar los conceptos de *inversión*, *gasto*, *pago*, *ingreso* y *cobro*.
- Aprender la metodología contable de registro de operaciones y cálculo del resultado.
- Determinar la amortización de los vehículos y otros elementos del inmovilizado.
- Presentar las cuentas anuales de acuerdo con el Plan General de Contabilidad.

## Resultados del aprendizaje

---

- a) Se han diferenciado las distintas partidas del balance, analizando su relación funcional: activo (fijo y circulante), pasivo (fijo y circulante) y patrimonio neto.

- b) Se han diferenciado los conceptos de inversión, gasto, pago, ingreso y cobro.
- c) Se han registrado las operaciones realizadas y se ha calculado el resultado, de acuerdo con los principios generales y las normas de valoración del Plan General Contable.
- e) Se han estudiado las cuentas anuales de acuerdo con del Plan General Contable para las pymes.

### Criterios de evaluación

---

Al concluir esta unidad didáctica, el alumnado estará en condiciones de haber:

- Identificado las distintas partidas del balance, activo, pasivo y patrimonio neto.
- Diferenciado los conceptos de *inversión, gasto, pago, ingreso y cobro*.
- Aprendido la metodología contable de registro de operaciones y cálculo del resultado.
- Determinado la amortización de los vehículos y otros elementos del inmovilizado.
- Presentado las cuentas anuales de acuerdo con el Plan General de Contabilidad.

### UNIDAD DIDÁCTICA 10. Gestión fiscal de la empresa

#### Orientaciones pedagógicas

---

Los tributos, además de ser medios para obtener los recursos necesarios para el sostenimiento del gasto público, constituyen un instrumento de gestión de la política económica general.

Las empresas pagan directa o indirectamente una variedad de tributos nacionales, provinciales y municipales.

Conocerlo te ayudará a planificar mejor el manejo del dinero de tu negocio. En esta unidad se estudian los tributos a los que está sometida la empresa.

#### Contenidos

---

**10.1.** Impuesto sobre la Renta de las personas físicas (IRPF)

**10.2.** Impuesto sobre sociedades

### 10.3. Impuesto sobre el valor añadido

### 10.4. Fiscalidad del transporte y la logística

#### Objetivos

---

- Identificar las obligaciones fiscales derivadas de la aplicación del IVA.
- Determinar las obligaciones fiscales relativas a impuestos que gravan los beneficios.

#### Resultados del aprendizaje

---

- a) Se han determinado las obligaciones fiscales relativas a los impuestos que gravan los beneficios, en función de la forma jurídica de la empresa, IRPF e impuesto de sociedades.
- b) Se han establecido las gestiones que se han de realizar para la liquidación del impuesto de sociedades paso a paso.
- c) Se han cumplimentado las declaraciones-liquidaciones periódicas del Impuesto sobre el valor añadido, en función del régimen de tributación elegido.
- d) Se han establecido las gestiones que se han de realizar para la liquidación del Impuesto de circulación de vehículos, interpretando la normativa que lo regula.

#### Criterios de evaluación

---

Una vez finalizada la exposición de esta unidad didáctica, el alumnado estará en disposición de demostrar su destreza en lo relativo a las siguientes competencias:

- Identificar las obligaciones fiscales derivadas de la aplicación del IVA.
- Determinar las obligaciones fiscales relativas a impuestos que gravan los beneficios.

### UNIDAD DIDÁCTICA 11. Determinación de la rentabilidad de las inversiones

#### Orientaciones pedagógicas

---

La rentabilidad es una medida de eficiencia para comparar entre diferentes inversiones.

Puede que en una inversión se obtengan más ingresos, pero sea menos rentable.

Por un lado, el **rendimiento**, qué es el beneficio obtenido de una inversión en unidades monetarias (términos absolutos), por ejemplo **euros**, y por otro, la **rentabilidad**, qué es la relación entre el capital invertido y el rendimiento obtenido expresado en **tanto por ciento** (términos relativos).

En esta unidad se estudiará y calculará la rentabilidad de las inversiones que se realizan en las empresas.

## Contenidos

---

- 11.1. Interpretación y análisis de la información contable y económico-financiera de la empresa
- 11.2. El punto muerto o umbral de la rentabilidad
- 11.3. Evaluación de las inversiones y cálculo de la rentabilidad
- 11.4. Periodo medio de maduración
- 11.5. Análisis e interpretación de los resultados
- 11.6. Análisis de los estados financieros de la empresa

## Objetivos

---

- Calcular el punto muerto o umbral de la rentabilidad de las empresas.
- Aplicar los métodos más habituales para la evaluación de la rentabilidad de las inversiones (TIR y VAN).
- Definir el periodo medio de maduración de las actividades empresariales.
- Determinar los principales ratios e indicadores para analizar los estudios financieros.

## Resultados del aprendizaje

---

- a) Se han empleado las aplicaciones y utilidades de la información contable y los estados financieros para una gestión eficaz de la empresa.

- b) Se han valorado las relaciones del equilibrio necesarias entre las inversiones realizadas y los recursos financieros propios y ajenos, diferenciando entre la financiación básica y la del circulante.
- c) Se han aplicado los métodos más habituales para la evaluación de la rentabilidad de inversiones: tasa interna de rentabilidad (TIR), valor actual neto (VAN) y tasa de retorno.
- d) Se ha calculado el valor de adquisición, vida útil, valor actual, valor de reposición y valor residual de los elementos del inmovilizado.
- e) Se han calculado los flujos de tesorería o *cash-flow* y el período medio de maduración.
- f) Se ha calculado el punto muerto o umbral de rentabilidad.
- g) Se han calculado los principales ratios e indicadores financieros para analizar los estados financieros a través del balance y la cuenta de resultados.
- h) Se han utilizado hojas de cálculo para la determinación de las diferentes ratios financieras y para el cálculo de la rentabilidad de la empresa.

### **Criterios de evaluación**

---

Al finalizar esta unidad didáctica, el alumnado estará capacitado para el desarrollo de las siguientes actuaciones:

- Calcular el punto muerto o umbral de la rentabilidad de las empresas.
- Aplicar los métodos más habituales para la evaluación de la rentabilidad de las inversiones VAN (Valor Actual Neto) y del TIR (Tasa Interna de Retorno).
- Definir el periodo medio de maduración de las actividades empresariales.
- Determinar los principales ratios e indicadores para analizar los estudios financieros.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 12. Estudio de viabilidad económica y financiera de una pyme**

#### **Orientaciones pedagógicas**

---



El análisis financiero consiste en evaluar la situación económico-financiera actual de la empresa y proyectar su futuro. En definitiva, enjuiciar la gestión empresarial de la unidad económica para predecir su evolución futura y poder tomar decisiones con la menor incertidumbre.

En esta unidad se estudiará el plan de viabilidad de la empresa y su estructura.

## Contenidos

---

### 12.1. Plan de empresa

### 12.2. Estructura del plan de viabilidad económica y financiera

### 12.3. Necesidades de financiación y presupuesto de inversiones

### 12.4. Estudio de viabilidad económica

### 12.5. Estudio de viabilidad financiera

## Objetivos

---

- Conocer qué es y qué utilidad tiene un plan de empresa.
- Estructurar adecuadamente el plan de empresa.
- Identificar las pautas de confección de un plan de inversiones.
- Aprender a llevar a cabo un estudio de viabilidad económica y financiera de una pyme.

## Resultados de aprendizaje

---

- a) Se ha estudiado qué es una empresa y su plan de viabilidad.
- b) Se han identificado las necesidades de financiación y presupuesto de inversiones.
- c) Se ha desarrollado el plan de viabilidad económica.
- d) Se ha llevado a cabo el estudio de viabilidad financiera de una pyme.

## Criterios de evaluación

---

Al término de esta unidad didáctica el alumnado adquirirá la capacidad de haber:

- Conocido qué es y qué utilidad tiene un plan de empresa.
- Estructurado adecuadamente el plan de empresa.

- Identificado las pautas de confección de un plan de inversiones.
- Aprendido a llevar a cabo un estudio de viabilidad económica y financiera de una pyme.

## 11.- MEDIOS, RECURSOS Y MATERIALES DIDÁCTICOS.

Es imprescindible contar con un aula específica para impartir las enseñanzas del Ciclo Formativo. Los medios, recursos y materiales didácticos que se emplearán son:

- Libro de texto del alumno: *Gestión económica y financiera de la empresa* de Adolf Rodés Bach (Ediciones Paraninfo).

También deberá tener cuaderno, documentos, fichas, etc., para realizar las actividades.

- Prensa en general.
- Periódicos y revistas de negocios.
- Ordenador, DVD, CD-ROM, impresora.
- Software ofimático.
- Acceso a Internet.
- Proyector, pantalla.
- Pizarra.

## 12.- ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE.

Las actividades representan uno de los principales recursos para el aprendizaje. Ayudan al alumnado a conseguir los conocimientos y a adquirir los objetivos programados. Serán actividades tanto individuales como en grupo. Entre los tipos de actividades que se desarrollarán durante el curso, destacan las siguientes:

## 12.1.- ACTIVIDADES INTRODUCTORIAS O DE MOTIVACIÓN

Con ellas se pretende que el alumnado se encuentre motivado, lo que facilitará el aprendizaje significativo. Se llevarán a cabo mediante exposición de curiosidades relacionadas con la unidad de trabajo, visualización de vídeos, comentario de una noticia de prensa, etcétera.

## 12.2.- ACTIVIDADES DIAGNÓSTICAS O DE REVISIÓN DE CONOCIMIENTOS PREVIOS.

Su función es la conexión de conocimientos previos con otros nuevos, para la adquisición de los nuevos se debe indagar sobre los previos. Asimismo, se detectarán los conocimientos previos erróneos para poder fomentar un adecuado aprendizaje mediante el establecimiento de conflictos cognitivos. Las actividades son torbellinos de ideas, test de ideas previas, diálogos, preguntas, expresiones libres.

## 12.3.- ACTIVIDADES DE DESARROLLO

Pretenden conseguir mediante los contenidos propuestos los objetivos indicados. Estas actividades son decisivas y presentan la mayor temporalización. Se diferencian los siguientes tipos:

- Actividades del aula polivalente. Tratan de introducir al alumnado en el aparato conceptual del tema que representa en cuestión. Se combinan estrategias de exposición y de descubrimiento o indagación, investigativas. Las actividades son intervenciones orales, composiciones escritas, puestas en común, utilización de recursos audiovisuales e informáticos.
- Actividades del aula de aplicaciones de comercio y marketing. Estas realizaciones serán rotativas para que todo el alumnado pueda desarrollar las distintas tareas.

Son las de mayor importancia, ya que el aprendizaje del módulo tiene un fundamento importante en el que se debe fundamentar en la práctica.

- Actividades de refuerzo y ampliación: destinadas a la atención a la diversidad de ritmos de aprendizaje, capacidades, intereses, etcétera. Podrán ser tanto a nivel de conceptos como de procedimientos.

Las **actividades de refuerzo** se basarán en repasos y elaboraciones de resúmenes por parte del alumno. Ejemplo: "Elabora un resumen de «Comunicación con el cliente» en soporte informático: Word".

Las **actividades de ampliación** se basarán en investigación de curiosidades y ampliación de los contenidos en libros de Comercio y Marketing, así como búsqueda de noticias de actualidad referentes en recursos TIC y periódicos.

#### **12.4.- ACTIVIDADES TIC**

Se basan en la utilización de medios de las nuevas tecnologías de la información y comunicación para la formación del alumnado en estas nuevas tecnologías. Fundamentalmente se desarrollarán mediante actividades de ampliación o actividades voluntarias para casa. Se pedirán trabajos de investigación en Google o páginas concretas de internet, utilización de Word para la presentación de trabajos y la utilización de Excel para la elaboración de pedidos o gestión de inventarios de pequeño orden.

#### **13.- ATENCIÓN AL ALUMNADO CON NECESIDADES ESPECÍFICAS DE APOYO EDUCATIVO.**

La atención a este alumnado está regulada en la LOE (2/2006), en su Título II, Capítulo I (artículos 71 al 79). Son alumnos que requieren atención educativa diferente a la ordinaria debido a las necesidades educativas especiales, dificultad en el aprendizaje, incorporación tardía al sistema educativo o por condiciones personales. Los

principios de escolarización de este alumnado atenderán principios de normalización e inclusión, asegurará su no discriminación, la igualdad efectiva en el acceso y medidas de flexibilización de las distintas etapas educativas.

En la atención a la diversidad se establece las causas que pueden provocar que el alumnado en cualquier momento de su escolarización necesite una atención específica de apoyo educativo. Estas causas son:

Discapacidad física, psíquica, sensorial o por manifestar trastornos graves de conducta.

- Sobredotación intelectual.
- Estar en situaciones desfavorecidas de tipo socioeconómico, cultural, étnico, lingüístico o de salud.
- Presentar un desajuste curricular significativo entre su competencia en el desarrollo de las capacidades y las exigencias del currículo del curso en el que está escolarizado.

La atención al alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo se realizará:

Se entiende este alumnado como aquel que requiera, por un periodo de su escolarización o a lo largo de toda ella, determinados apoyos y atenciones educativas específicas derivadas de la discapacidad o trastornos graves de conducta. La escolarización de este alumnado se registrará por los principios de normalización e inclusión y asegurará su no discriminación y la igualdad efectiva en el acceso y la permanencia en el sistema educativo, pudiendo introducirse medidas de flexibilización de las distintas etapas educativas, cuando se considere necesario.

Se indica que corresponde a las administraciones educativas adoptar las medidas necesarias para identificar al alumnado con altas capacidades intelectuales y valorar de

forma temprana sus necesidades. Asimismo, les corresponde adoptar planes de actuación adecuados a dichas necesidades.