

Programación de:
ECONOMÍA DE EMPRESA

2º BACHILLERATO
Prof. Isaac Buzo Sánchez

1. OBJETIVOS

Los objetivos de la materia de Economía de Empresa de 2º de Bachillerato vienen marcados por el Decreto 115/2008 que desarrolla en Extremadura la Ley de Orgánica de la Educación (LOE). Por otra parte la existencia de una prueba al final del curso para acceder a la Universidad (PAU), hace necesaria la coordinación con el resto de Centros y la propia Universidad por lo que se ha acotado, según lo aprobado en las reuniones de coordinación Universidad-Secundaria, tanto objetivos como contenidos.

1.1. Objetivos generales de la etapa

El currículo del Bachillerato tiene como objetivo desarrollar en los alumnos las siguientes capacidades:

- a) **Ejercer la ciudadanía democrática**, desde una perspectiva global, y adquirir una conciencia cívica responsable, inspirada por los valores de la Constitución española así como por los derechos humanos, que fomente la corresponsabilidad en la construcción de una sociedad justa y equitativa y favorezca la sostenibilidad.
- b) **Consolidar una madurez personal y social** que les permita actuar de forma responsable y autónoma y desarrollar su espíritu crítico. Prever y resolver pacíficamente los conflictos personales, familiares y sociales.
- c) **Fomentar la igualdad efectiva de derechos y oportunidades** entre hombres y mujeres, analizar y valorar críticamente las desigualdades existentes e impulsar la igualdad real y la no discriminación de las personas con discapacidad.
- d) **Afianzar los hábitos de lectura, estudio y disciplina**, como condiciones necesarias para el eficaz aprovechamiento del aprendizaje, y como medio de desarrollo personal.
- e) **Dominar**, tanto en su expresión oral como escrita, **la lengua castellana**.
- f) **Expresarse con fluidez y corrección en una o más lenguas extranjeras**.
- g) **Profundizar en el uso eficaz, responsable y crítico de las Tecnologías de la Información y la Comunicación**.
- h) **Conocer y valorar críticamente las realidades del mundo contemporáneo**, sus antecedentes históricos y los principales factores de su evolución. Participar de forma solidaria en el desarrollo y mejora de su entorno social.
- i) **Conocer, valorar y respetar el patrimonio natural, cultural e histórico** de la humanidad y, en concreto, de España y de Extremadura para participar de forma cooperativa y solidaria en su desarrollo y mejora.
- j) **Acceder a los conocimientos científicos y tecnológicos fundamentales** y dominar las habilidades básicas propias de la modalidad elegida.
- k) **Comprender los elementos y procedimientos fundamentales de la investigación y de los métodos científicos**. Conocer y valorar de forma crítica la contribución de la ciencia y la tecnología en el cambio de las condiciones de vida, así como afianzar la

sensibilidad y el respeto hacia el medio ambiente.

l) **Afianzar el espíritu emprendedor** con actitudes de creatividad, flexibilidad, iniciativa, trabajo en equipo, confianza en uno mismo y sentido crítico.

m) **Desarrollar la sensibilidad artística y literaria**, así como el criterio estético, como fuentes de formación y enriquecimiento cultural.

n) **Utilizar la educación física y el deporte para favorecer el desarrollo personal y social.**

o) **Afianzar actitudes de respeto y prevención en el ámbito de la seguridad vial.**

1.2. Objetivos generales de la materia de Economía de la Empresa.

Los objetivos específicos de la materia se establecen en función de las capacidades que el alumno deba adquirir durante el curso:

1. Identificar la naturaleza, funciones y principales características de los tipos de empresas más representativos.
2. Apreciar el papel de las empresas en la satisfacción de las necesidades de los consumidores y en el aumento de la calidad de vida y bienestar de la sociedad, así como elaborar juicios o criterios personales sobre sus disfunciones.
3. Analizar la actividad económica de las empresas, en especial las del entorno inmediato, a partir de la función específica de cada una de sus áreas organizativas, sus relaciones internas y su dependencia externa.
4. Reconocer la importancia que para las empresas y la sociedad tienen la investigación, las innovaciones tecnológicas y la globalización económica en relación con la competitividad, el crecimiento y la localización empresarial.
5. Valorar críticamente las posibles consecuencias sociales y medioambientales de la actividad empresarial, así como su implicación en el agotamiento de los recursos naturales, señalando su repercusión en la calidad de vida de las personas.
6. Analizar el funcionamiento de organizaciones y grupos en relación con la aparición y resolución de conflictos.
7. Identificar las políticas de marketing de diferentes empresas en función de los mercados a los que dirigen sus productos.
8. Interpretar, de modo general, estados de cuentas anuales de empresas, identificando sus posibles desequilibrios económicos y financieros, y proponer medidas correctoras.
9. Obtener, seleccionar e interpretar información, tratarla de forma autónoma, utilizando, en su caso, medios informáticos, y aplicarla a la toma de decisiones empresariales.
10. Diseñar y elaborar proyectos sencillos de empresa con creatividad e iniciativa, proponiendo los diversos recursos y elementos necesarios para organizar y gestionar su desarrollo.

2. CONTENIDOS

Bloque 1.- La empresa.

- 1.1.1. Concepto de empresa.
- 1.1.2. Teorías sobre la empresa.
- 1.1.3. Elementos, funciones y objetivos de la empresa.
- 1.1.4. Empresa y empresario.
- 1.1.5. Clasificación de las empresas: criterios y forma jurídica.
- 1.1.6. Características de las sociedades cooperativas en Extremadura.
- 1.2.1. Responsabilidad social de la empresa.
- 1.2.2. Entorno de la empresa: la cadena de valor, análisis del sector y estrategia.
- 1.2.3. Relación entre el medio sociocultural y el medio ecológico-económico.

Bloque 2.- Desarrollo de la empresa.

- 2.1.1. Análisis de los factores de localización y dimensión de la empresa.
- 2.1.2. Crecimiento interno y cambio de dimensión de las empresas.
- 2.1.3. Importancia de las pyme y sus estrategias de mercado.
- 2.2.1. Criterios para medir la dimensión empresarial.
- 2.2.2. Crecimiento externo: internacionalización y competencia global.
- 2.2.3. La empresa multinacional: factores de desarrollo, estructura organizativa y responsabilidad social.

Bloque 3.- La organización y dirección de la empresa.

- 3.1.1. Concepto de organización: principales escuelas y principios organizativos.
- 3.1.2. Organización formal y organización informal.
- 3.1.3. Gestión de los recursos humanos: división del trabajo y motivación de los trabajadores.
- 3.1.4. Diseño de la estructura de la organización: agrupación de unidades.
- 3.1.5. La organización por departamentos.
- 3.1.6. Organigramas: concepto y clases.
- 3.2.1. La función de dirección y su entorno.
- 3.2.2. Niveles de dirección y toma de decisiones.
- 3.2.3. Funciones del área de dirección.
- 3.2.4. La función de planificación y sus elementos.
- 3.2.5. Niveles de planificación y etapas del proceso planificador.
- 3.3.1. Modelos de gestión: Centralización y descentralización.
- 3.3.2. Nuevos modelos de gestión: dirección por objetivos y dirección participativa por objetivos.
- 3.3.3. Tipos de liderazgo.
- 3.3.4. La creación de valor.

Bloque 4.- La función productiva

- 4.1.1. La producción a corto y largo plazo.
- 4.1.2. Asignación de recursos en los distintos procesos productivos.
- 4.1.3. Productividad de los factores y su medida.
- 4.1.4. Costes de producción y clasificación según distintos criterios.
- 4.1.5. Estructura de costes y equilibrio de la empresa.
- 4.1.6. Análisis del umbral de rentabilidad: cálculo, interpretación y representación gráfica.
- 4.2.1. Importancia de la innovación tecnológica.
- 4.2.2. Formas de adquisición de tecnología.
- 4.2.3. Investigación y desarrollo tecnológico, I+D+I.
- 4.2.4. Programación, evaluación y control de proyectos: técnicas de planificación y control,

casos ilustrativos.

4.2.5. Los inventarios, su coste y evolución temporal: modelos de inventarios.

Bloque 5.- La función comercial de la empresa.

5.1.1. La empresa ante el mercado y clases de mercados.

5.1.2. El mercado como marco externo de la empresa.

5.1.3. Posición de la empresa.

5.1.4. Función comercial de la empresa.

5.1.5. Investigación comercial y sus fases.

5.1.6. La segmentación de mercados: concepto y criterios.

5.2.1. Las cuatro variables del marketing o “marketing mix” y elaboración de estrategias.

5.2.2. Aplicación al marketing de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Bloque 6.- La información en la empresa.

6.1.1. Obligaciones contables de la empresa.

6.1.2. El patrimonio: ecuación fundamental del patrimonio, elementos patrimoniales y clasificación en masas.

6.1.3. Concepto y función de la contabilidad.

6.1.4. Los estados contables: cuentas anuales y la imagen fiel.

6.1.5. Elaboración del balance y la cuenta de pérdidas y ganancias.

6.2.1. Análisis de la información contable.

6.2.2. Análisis patrimonial: equilibrios y situaciones patrimoniales, el fondo de maniobra o capital circulante.

6.2.3. Análisis financiero: principales ratios financieros y rentabilidad financiera.

6.2.4. Análisis económico: el periodo medio de maduración, el umbral de rentabilidad o punto muerto, la rentabilidad económica de la empresa y otros ratios económicos.

Bloque 7.- La función financiera.

7.1.1. La estructura económica de la empresa: la inversión y clasificación según distintos criterios.

7.1.2. Proyectos de inversión y sus elementos.

7.1.3. Criterios de valoración y selección: métodos estáticos y métodos dinámicos.

7.2.1. Recursos financieros de la empresa: recursos propios y recursos ajenos.

7.2.2. Fuentes de financiación externas y autofinanciación.

7.2.3. Concepto de “cash flow”.

Bloque 8.- Proyecto empresarial.

8.1.1. Proceso de creación de una empresa: idea, constitución y viabilidad elemental.

8.1.2. El plan de empresa y su utilidad como documento de análisis económico-financiero.

8.2. Realidad empresarial de Extremadura: relación entre las empresas de los distintos sectores económicos, respeto al medio ambiente, participación en el crecimiento económico, generación de riqueza y empleo y contribución al bienestar social, mediante un caso ilustrativo*.

*En el apartado 8.2. según lo acordado por la coordinación de las PAUs, el programa curricular se impartiría de la forma siguiente: Hay que seleccionar una empresa de la Comunidad Autónoma de Extremadura y realizar un análisis de la misma basado en los apartados siguientes: Denominación de la Empresa. Forma jurídica. Sector económico al que pertenece. Dimensión o Tamaño de la misma. Tipo de Empresa: Comercial o Industrial. Explicar a qué actividad se dedica y resaltar los efectos de las Nuevas Tecnologías. Hacer brevemente un comentario sobre las aportaciones que realiza la empresa seleccionada para respetar el medio ambiente, participar en el crecimiento económico de la región, generar riqueza y empleo y contribuir al bienestar social de Extremadura.

3. PROCEDIMIENTOS

- Definición de conceptos económicos básicos relativos a la empresa.
- Búsqueda y obtención de información sobre los tipos de empresas ubicadas en el entorno.
- Preparación y realización de visitas a empresas de la zona.
- Análisis e interpretación de textos (prensa, documentos...) relacionados con la empresa.
- Lectura e interpretación de cuadros estadísticos y gráficas.
- Observación crítica de mensajes publicitarios.
- Manejo de diferentes fuentes de información.
- Realización de pequeñas investigaciones sobre el mercado.
- Elaboración de un plan de marketing para un caso simulado de empresa.
- Indagación sobre la organización del instituto (pequeños informes y entrevistas).
- Análisis de textos con aportaciones teóricas sobre la organización empresarial y laboral.
- Análisis comparativos sobre distintos aspectos de las organizaciones empresariales.
- Cálculo de ratios que miden distintas facetas de actividad de la empresa.
- Análisis de datos relativos a la actividad económico-financiera, social y ambiental.
- Análisis de textos sobre actividades sociales y ambientales de la empresa.
- Búsqueda de ideas (observación directa e indirecta) para simular proyectos de empresa.
- Indagación y búsqueda de fuentes de información para desarrollar el proyecto.
- Planteamiento de hipótesis sobre la actividad de la empresa con técnicas de tipo estadístico.

4. ACTITUDES

a) Generales: Interés por conocer la terminología específica y por la lectura de textos relacionados con la asignatura. Combinación coherente de los contenidos aprendidos, deduciendo efectos mutuos. Actitud crítica ante ciertas corporaciones en materia de impacto medioambiental. Valoración de la función social de la empresa como generadora de innovaciones que mejoran la calidad de vida. Asunción de que las políticas y las reglas son necesarias para el desenvolvimiento de cualquier organización. Valoración del papel de la informática en el tratamiento de la información para apoyar la toma de decisiones. Interés por la aplicación de las teorías sobre motivación a la realidad. Sensibilidad ante la interrelación existente entre las actividades de la empresa. Reconocimiento de la importancia de la función financiera para la supervivencia y el éxito de la empresa. Valoración de la función comercial como ventaja competitiva de la empresa. Sensibilidad con la orientación al consumidor. Apreciación correcta del estudio contable (balances), valorando que las cuentas anuales representen la situación real de la empresa. Reconocer la importancia del espíritu emprendedor para el desarrollo de la economía. Toma de conciencia de la posibilidad que ofrece el autoempleo para la creación de puestos de trabajo y la reducción del desempleo, así como de la importancia de una buena recogida de información, análisis y presentación en la elaboración de un plan de negocio.

b) Asociadas a la organización: Disposición a utilizar el sentido común ante situaciones de indecisión. Organización en el trabajo teniendo especial cuidado con la discreción y la confidencialidad. Predisposición para el cumplimiento de las normas de la organización.

c) Asociadas al comportamiento: Demostración de responsabilidad en el trabajo

propuesto y asistencia puntual. Valoración de la importancia de transmitir la imagen de la empresa y de la trascendencia del secreto profesional. Reacción activa ante situaciones sorpresa.

d) Asociadas a la comunicación: Justificación de las conclusiones obtenidas en cualquier trabajo. Realización de preguntas relacionadas con un tema expuesto, que exploten el argumento y animen la explicación, fomentando el interés en el desarrollo de la exposición. Valoración de la importancia de la comunicación dentro de la empresa. Admisión de correcciones y modificaciones argumentadas al trabajo realizado. Expresión de las ideas con claridad, precisión y sentido crítico. Demostración de respeto ante otras ideas, opiniones y conductas.

e) Asociadas al trabajo en grupo: Coordinación y valoración de los trabajos en grupo y/o equipo. Sentido de colaboración y ayuda en el trabajo. Mantenimiento de relaciones fluidas con los miembros del grupo. Realización de la tarea asignada, colaborando en las colectivas.

5. CONTENIDOS MÍNIMOS

Al ser una materia que puede ser elegida para el examen de las Pruebas de Acceso a la Universidad, debemos atenernos a los contenidos exigibles a dicha prueba, que en resumen son los siguientes:

- 1) Definición teórica de las bases de la Economía y de los conceptos de empresa y empresario, analizando los principales objetivos, funciones y elementos de la primera.
- 2) Clasificación de los distintos tipos de empresa según criterios diversos, caracterizando los rasgos de cada uno y su composición y grado de responsabilidad en su entorno.
- 3) Conocimiento teórico y práctico de los principales tributos que afectan a la empresa (analizando su naturaleza fiscal) así como de las principales normas laborales que afectan a trabajadores y empresarios (diferenciando los tipos de contrato y de negociación).
- 4) Valoración de las ventajas e inconvenientes que dimanen de la localización y del tamaño de las empresas, así como de sus posibilidades de crecimiento (según el tipo de empresa).
- 5) Análisis del proceso de producción empresarial a partir de los distintos tipos de costes y de los índices de productividad, haciendo especial hincapié en el papel de la tecnología y el control de proyectos.
- 6) Caracterización de las funciones, los instrumentos y las variables del mundo del marketing, vinculándolo estrechamente con el de la publicidad.
- 7) Dominio de las nociones básicas de la contabilidad empresarial y de la estructura y el análisis del patrimonio empresarial y de la información contable en general.
- 8) Conocimiento y realización de análisis financieros y económicos de empresas, manejando distintos balances, ratios y representaciones gráficas centradas en el concepto de rentabilidad.

- 9) Análisis del ciclo de inversión-financiación en la empresa, determinando y seleccionando los principales tipos de inversión y diferenciando las opciones de financiación propia y/o externa.
- 10) Explicación de los criterios básicos de organización empresarial a partir de estructuras formales (e informales), divisiones departamentales y organigramas.
- 11) Establecimiento de la importancia del proceso de dirección en la empresa (determinando sus funciones y objetivos) y de la gestión de los recursos (sobre todo humanos) y del conocimiento en ella.
- 12) Diseño de proyectos de creación y planificación de empresas que resulten viables en la práctica y que se ajusten a criterios legales.
- 13) Conocimiento de los rasgos específicos empresariales internos y del entorno en la región extremeña, vinculándolos con los principales problemas económicos de la actualidad.
- 14) Dominio de las principales técnicas de análisis y comentario de documentos económicos de diverso tipo, especialmente de los relacionados con la Nueva Economía y los “mass media”.
- 15) Interés por las tareas desarrolladas y por la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos en el entorno próximo y global, partiendo de una actitud crítica y responsable.

6. EVALUACIÓN

6.1. Criterios de evaluación

Coinciden con los establecidos en las Pruebas de Acceso a la Unviersidad:

1.- Conocer e interpretar las distintas funciones de la empresa y sus interrelaciones, valorando su aportación según el tipo de empresa. Se pretende verificar si el alumno tiene una visión global de la empresa, sus objetivos, funciones y elementos que la componen, asimismo si sabe diferenciar los distintos tipos de empresas bajo diferentes criterios. Además de conocer la importancia de la responsabilidad social de este agente económico y su relación con el entorno.

2.- Identificar los rasgos principales del sector en que la empresa desarrolla su actividad y explicar, a partir de ellos, las distintas estrategias, decisiones adoptadas y las posibles implicaciones sociales y medioambientales. Se trata de comprobar que el alumno sabe qué es un sector empresarial y que es capaz de identificar a qué sector pertenece una empresa cualquiera, señalando las diferentes estrategias que puede seguir una empresa para la consecución de sus objetivos. Igualmente, deberá saber diferenciar las implicaciones, tanto positivas como negativas, que suponen las decisiones empresariales en los ámbitos social y medioambiental.

3.- Analizar las características del mercado y explicar, de acuerdo con ellas, las políticas de marketing aplicadas por una empresa ante diferentes situaciones y objetivos. Se pretende que se sepa caracterizar un mercado en función del número de competidores, del producto vendido, etc. y que, identificando las diferentes políticas de marketing, sepa adaptarlas a cada caso concreto. Igualmente se evalúa que se sepa interpretar y valorar estrategias de

marketing, incorporando en esa valoración consideraciones de carácter ético, ambiental, etc.

4.- Describir la organización de una empresa y sus posibles modificaciones en función del entorno en el que desarrolla su actividad. Este criterio pretende comprobar si se sabe interpretar la organización formal e informal de una empresa y detectar y proponer soluciones a disfunciones o problemas que impidan un funcionamiento eficiente en la organización empresarial.

5.- Determinar para un caso sencillo la estructura de ingresos y costes de una empresa y calcular su beneficio y su umbral de rentabilidad. Se pretende valorar en los alumnos la capacidad de diferenciar y estructurar los ingresos y costes generales de una empresa, determinando el beneficio o pérdida generado, así como el umbral de ventas necesario para su supervivencia.

6.- Diferenciar las posibles fuentes de financiación en un supuesto sencillo y razonar la elección más adecuada. La finalidad de este criterio es comprobar que se saben valorar las necesidades de financiación básicas de una empresa y proponer argumentadamente las opciones financieras que mejor se adaptan a un caso concreto.

7.- Valorar distintos proyectos de inversión sencillos y justificar razonadamente la selección de la alternativa más ventajosa. Se pretende comprobar la capacidad para utilizar métodos diversos de selección de inversiones con objeto de resolver casos básicos.

8.- Identificar los datos más relevantes del balance y de la cuenta de pérdidas y ganancias, explicar su significado, diagnosticar su situación a partir de la información obtenida y proponer medidas para su mejora. Se pretende comprobar que los alumnos y alumnas sepan reconocer los diferentes elementos de estos documentos y su significado en la empresa. También se pretende valorar si los alumnos son capaces de analizar la situación patrimonial, financiera y económica en un caso sencillo detectando desequilibrios y proponiendo medidas correctoras de estos.

9.- Analizar situaciones generales de empresas reales o imaginarias utilizando los recursos materiales adecuados y las tecnologías de la información. Se pretende averiguar si son capaces de aplicar sus conocimientos tecnológicos al análisis y resolución de casos sencillos, valorando el rigor en el análisis e interpretación de la información.

10.- Diseñar y planificar un proyecto empresarial simple, con actitud emprendedora y creatividad, evaluando su viabilidad. Con este criterio se pretende valorar si se sabe aplicar con creatividad los contenidos de la materia a un sencillo proyecto empresarial, valorando sus dificultades, debilidades y oportunidades. Además, considerar la disposición al trabajo en equipo, la creatividad y la planificación y organización del trabajo, actitudes clave para que el emprendedor pueda abordar proyectos de creación de empresas.

11.- Analizar un hecho o una información del ámbito empresarial extremeño y resaltar los efectos de las Nuevas Tecnologías. Este criterio pretende descubrir si el alumno, a partir de la información empresarial proporcionada por los medios de comunicación, es capaz de analizarla con una visión crítica, y emitir una opinión razonada sobre las consecuencias de la aplicación de las Nuevas Tecnologías en el ámbito de la empresa.

6.2. Procedimientos de evaluación y criterios de calificación.

Se valorará el trabajo de clase mediante la redacción de cada una de las preguntas del temario. Se valorará la asistencia a clase. A todo ello le corresponderá un 20 % del valor de la nota final de cada evaluación.

El 80% de la nota procederá de los exámenes (al menos uno por trimestre).

Cada evaluación será eliminatoria. Al final del curso habrá una prueba final a la que deberán presentarse aquellos alumnos que tengan pendiente alguna de las evaluaciones o aquellos alumnos que deseen subir nota. Habrá pruebas individualizadas dependiendo del contenido al que se tengan que presentar cada uno de los alumnos. La prueba extraordinaria de Septiembre incluirá todos los contenidos y procedimientos visto a lo largo del curso.

Las pruebas que se realizarán en cada una de las evaluaciones seguirán el esquema de las PAU, de tal manera que cada examen tendrá dos partes, una teórica y otra práctica:

- La parte teórica constará de 4 preguntas. Por cada pregunta se podrá obtener como máximo 1,25 puntos, llegando así la parte teórica a un máximo de 5 puntos (50% de la nota final).

- La parte práctica consistirá en la resolución de 2 ejercicios con distintos apartados de los bloques. Cada uno de los dos ejercicios tendrá una puntuación máxima de 2,5 puntos. La calificación de esta parte práctica representará el otro 50% de la nota final.

En función de la cantidad de contenidos teóricos y prácticos que haya en cada evaluación, se podrá variar el número de preguntas y el contenido (teórico-práctico) de cada una de ellas.

7. SECUENCIACIÓN

a) Primer trimestre: Bloques de contenidos 1 al 3

a) Segundo trimestre: Bloques de contenidos 4 al 6

b) Tercer trimestre: Bloque de contenidos 7 y 8. El apartado 8.2 será trabajado directamente por los alumnos, que deberán escoger una empresa y desarrollar un análisis empresarial de ella.

En previsión de posible reducción de horas lectivas debido a huelgas u otros motivos imprevisible, se podrá variar esta distribución.

8. METODOLOGÍA

Se recomienda que los alumnos sigan un libro de texto actualizado, proponiéndose para aquellos que lo deseen la publicación de la Editorial McGraw-Hill.

Los temas se desarrollarán en clase a partir de la web del profesor: <<https://sites.google.com/site/lapaginadeeconomia/>> Donde habrá colgados diferentes materiales tanto audiovisual, como de texto y complementarios. Estos materiales no son apuntes, sino material de apoyo.

Los alumnos a medida que se va explicando un tema deberán tomar nota y consultar la información ofrecida por el profesor. De esta manera deberán redactar de manera individualizada las preguntas del temario, con el objetivo de que al final del curso tengan completa la colección de preguntas teóricas que puedan entrar en el examen.

La parte práctica se desarrollará siguiendo los modelos de problemas específicos

determinados para las pruebas de acceso a la Universidad.

Los alumnos deberán realizar las actividades prácticas que se determinen a lo largo del curso.

9. ACTIVIDADES EXTRAESCOLARES Y COMPLEMENTARIAS

- Se plantea una visita junto al resto del Departamento de Geografía e Historia y los alumnos de 2º de Bachillerato y 4º de la ESO a Madrid para visitar, entre otras instituciones el Congreso de los Diputados y la Bolsa.

- Se podrán realizar cualquier actividad (visita a exposición, concursos, etc...) que surja a lo largo del año y que sea de utilidad didáctica para los alumnos de la materia.

10. INTEGRACIÓN DE LAS TIC

Las clases serán impartidas diariamente utilizando la web del profesor <<https://sites.google.com/site/lapaginadeeconomia/>>, donde se alojarán materiales de apoyo para las exposiciones. Será utilizada o bien en el aula de ordenadores (dos días a la semana) o bien en el aula de la Pizarra Digital Interactiva (dos días a la semana).