

PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DEL MÓDULO

**GESTIÓN ECONÓMICA Y
FINANCIERA DE LA EMPRESA**

Familia Profesional: Comercio y Marketing



**IES
CO
MER
CIO**

CFGS MARKETING Y PUBLICIDAD

1º CURSO

AÑO ACADÉMICO: 2023 – 2024

Profesora: Marta Garrido Rubio



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	3
2. COMPETENCIA GENERAL DEL CICLO	4
3. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES DEL CICLO A LAS QUE CONTRIBUYE EL MÓDULO	4
4. OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO FORMATIVO A LOS QUE CONTRIBUYE EL MODULO	7
5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL MÓDULO Y LÍNEAS DE ACTUACIÓN	10
6. CONTENIDOS DEL MÓDULO	12
7. OBJETIVOS ESPECÍFICOS PARA EL CURSO 2023/2024	15
8. ACTITUDES A TRABAJAR/ CONTENIDOS TRANSVERSALES	16
9. TEMPORALIZACIÓN	18
10. METODOLOGÍA	19
11. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES	20
12. RECURSOS DIDÁCTICOS Y ACTIVIDADES	20
13. EVALUACIÓN: ESTRATEGIAS Y PROCEDIMIENTOS	20
14. RECUPERACIÓN DE MÓDULOS PENDIENTES.....	25
15. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD	26
16. NECESIDADES Y PROPUESTAS DE FORMACIÓN DEL PROFESORADO.....	27
17. DESARROLLO UNIDADES DIDÁCTICAS	27



1. INTRODUCCIÓN

Esta programación se ha realizado para el **módulo de Gestión Económica y Financiera de la Empresa**, del **título de Técnico Superior de Marketing y Publicidad**, identificado por los siguientes elementos:

1. Denominación: Marketing y Publicidad.
2. Nivel: Formación Profesional de Grado Superior.
3. Duración: 2000 horas.
4. Familia Profesional: Comercio y Marketing.
5. Referente en la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación: CINE-5b
6. Nivel del Marco Español de Cualificaciones para la educación superior: Nivel 1 Técnico Superior.

LEGISLACIÓN APLICABLE

- ✓ Ley Orgánica 3/2020 de 29 de diciembre por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación
- ✓ Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional.
- ✓ Real Decreto 1147/2011 de 29 de julio por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo.
- ✓ 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.
- ✓ Decreto 44/2010, de 6 de agosto, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas mínimas de los ciclos formativos de Formación Profesional del sistema educativo y su aplicación en la Comunidad Autónoma de La Rioja.
- ✓ 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.
- ✓ Orden EDU/78/2018, de 16 de octubre por la que se establece el currículo del ciclo formativo de Técnico Superior en Marketing y Publicidad dentro del ámbito de la Comunidad Autónoma de La Rioja.



- ✓ Resolución 8/2021, de 10 de mayo, de la Dirección General de FP Integrada, por la que se dictan instrucciones para la evaluación y acreditación académica de las enseñanzas de FP del sistema educativo en la CAR.

2. COMPETENCIA GENERAL DEL CICLO

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.

3. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES DEL CICLO A LAS QUE CONTRIBUYE EL MÓDULO

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 grupos de encuestadores y/o entrevistadores y realizar encuestas y/o entrevistas, planificando el trabajo de campo y utilizando las técnicas y procedimientos establecidos, para cumplir los objetivos fijados en el plan de investigación comercial.
- f) Diseñar la política de relaciones públicas de la empresa y organizar y gestionar eventos de marketing y comunicación, interpretando el briefing, contratando proveedores, actores y agentes, asistiendo, dirigiendo y supervisando los eventos, para cumplir con lo establecido en la política de comunicación del plan de marketing.
- g) Gestionar los servicios de atención e información al cliente y de quejas y reclamaciones del cliente, consumidor y usuario, prestando un servicio de calidad para lograr la plena satisfacción del cliente y la transmisión de una buena imagen de la empresa u organización.
- h) Elaborar el plan de medios publicitarios de la empresa, combinándolos adecuadamente, y realizar su seguimiento y control para lograr su ejecución y eficacia.
- i) Gestionar el lanzamiento e implantación de productos y/o servicios en el mercado, aplicando las estrategias de marketing y las acciones promocionales adecuadas, de acuerdo con lo establecido en el plan de marketing de la empresa u organización.
- j) Elaborar materiales publipromocionales e informativos, respetando la normativa vigente en materia de publicidad y utilizando técnicas y aplicaciones informáticas de edición y diseño en diversos soportes, para difundirlos según los planes programados.
- 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 del mismo, manteniendo relaciones fluidas y asumiendo el liderazgo, así como aportando soluciones a los conflictos grupales que se presenten.
- o) 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.
- p) 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.
- q) 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.
- r) 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.
- s) 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.



4. OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO FORMATIVO A LOS QUE CONTRIBUYE EL MÓDULO

- 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, 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.



5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL MÓDULO Y LÍNEAS DE ACTUACIÓN

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las **funciones relacionadas con la gestión económica y financiera de la empresa**, tales como:

- a) Constitución y puesta en marcha de la empresa.
- b) Obtención y gestión de los recursos financieros necesarios.
- c) Cálculo de costes financieros.
- d) Evaluación y selección de inversiones.
- e) Gestión de la compra y/o alquiler de vehículos, equipos y demás activos necesarios.
- f) Elaboración de presupuestos.
- g) Gestión del proceso de facturación.
- h) Gestión de cobros y pagos, de acuerdo con las normas y protocolos establecidos.
- i) Registro y archivo de documentación.
- j) Cálculo del resultado de la empresa.
- k) Elaboración y gestión de los documentos derivados de las obligaciones fiscales de la empresa.
- l) Cálculo de la rentabilidad, eficiencia, solvencia y liquidez de la empresa.

Las **líneas de actuación** en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- a) Cumplimentación y tramitación de los documentos necesarios para la constitución y puesta en marcha de una empresa.
- b) Análisis de los productos financieros y de crédito existentes en el mercado y evaluación de alternativas.
- c) Análisis de las necesidades de inversión y evaluación de alternativas.
- d) Gestión de la compra o alquiler de elementos del inmovilizado.
- e) Elaboración y gestión de facturas, recibos y documentos de cobro y pago.
- f) Obligaciones fiscales y gestión de impuestos y otros tributos derivados de la actividad de la empresa.



g) Análisis de los estados contables de la empresa y cálculo de los principales ratios financieros.

Las personas que obtienen este título ejercen su actividad en empresas de cualquier sector productivo y principalmente del sector del comercio y marketing público y privado, realizando funciones de planificación, organización y gestión de actividades de marketing, investigación comercial, publicidad y relaciones públicas.

Se trata de trabajadores por cuenta propia que gestionan su empresa realizando actividades de comunicación y de publicidad y eventos en el ámbito público y privado, o de trabajadores por cuenta ajena que ejercen su actividad en los departamentos de marketing, comunicación y gabinetes de prensa y comunicación de cualquier empresa u organización, o en empresas de comunicación, agencias de publicidad y eventos del ámbito público y privado, así como en empresas, organizaciones e institutos de investigación de mercado y opinión pública dentro de los departamentos de encuestación y/o investigación en los subsectores de:

- Industria, comercio y agricultura, en el departamento de marketing, publicidad, relaciones públicas o encuestación e investigación.
- Empresas de distribución comercial mayorista y/o minorista, en el departamento de marketing, publicidad, relaciones públicas o encuestación e investigación.
- Entidades financieras y de seguros, en el departamento de marketing, publicidad, relaciones públicas o encuestación e investigación.
- Empresas importadoras, exportadoras y distribuidoras-comercializadoras.
- Empresas de logística y transporte.
- Asociaciones, instituciones, organismos y organizaciones no gubernamentales (ONG).

Las ocupaciones y puestos de trabajo más relevantes son los siguientes:

- Asistente del jefe de producto.
- Técnico de marketing.
- Técnico en publicidad.
- Técnico en relaciones públicas.



- Organizador de eventos de marketing y comunicación.
- Auxiliar de medios en empresas de publicidad.
- Controlador de cursaje o emisión en medios de comunicación.
- Técnico en estudios de mercado y opinión pública.
- Técnico en trabajos de campo.
- Inspector de encuestadores.
- Agente de encuestas y censos.
- Codificador de datos para investigaciones de mercados.

6. CONTENIDOS DEL MÓDULO

La Orden EDU/78/2018, de 16 de octubre por la que se establece el currículo del ciclo formativo de Técnico Superior en Marketing y Publicidad dentro del ámbito de la Comunidad Autónoma de La Rioja, también recoge los contenidos básicos del módulo de Gestión Económica y Financiera de la Empresa, que son:

Resultado de aprendizaje 1. 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.

Resultado de aprendizaje 2. 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.

Resultado de aprendizaje 3. 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.

Resultado de aprendizaje 4. 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.

Resultado de aprendizaje 5. 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.

Resultado de aprendizaje 6. 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.

Resultado de aprendizaje 7. Determinación de la rentabilidad de las inversiones:

- Interpretación y análisis de la información contable y económico-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.

7. OBJETIVOS ESPECÍFICOS PARA EL CURSO 2023/2024

- a) Realizar actividades para mejorar las comprensiones escrita y oral adaptadas a la variedad lingüística de nuestros alumnos.
- b) Aumentar el número de alumnos que supera el ciclo.
- c) Mejorar y consolidar unas enseñanzas de calidad.
- d) Fomentar la promoción de la cultura empresarial española
- e) Aumentar y consolidar la matrícula.



- f) Fomentar el aprendizaje y la creatividad de nuestros alumnos.
- g) Fomentar el uso de las TIC por parte de los alumnos.
- h) Mejorar la coordinación de los contenidos incluidos en cada una de las programaciones

8. ACTITUDES A TRABAJAR/ CONTENIDOS TRANSVERSALES

Las actitudes que a continuación se presentan se han estructurado en actitudes generales asociadas a la organización, al comportamiento, a la comunicación y al trabajo en grupo, y actitudes específicas asociadas a la aplicación de los conocimientos y técnicas en el campo de Medios y Soportes de Comunicación.

Se desarrollan en el alumno a través de las actividades de enseñanza y de los valores transmitidos por el profesor y pueden considerarse contenidos transversales aplicables también al resto de módulos.

a) ACTITUDES ASOCIADAS A LA ORGANIZACIÓN

- Valoración del tiempo de trabajo a la hora de realizar una tarea.
- Disposición a utilizar el sentido común ante situaciones de indecisión.
- Organización en el trabajo, teniendo especial cuidado con la discreción y confidencialidad.
- Mantenimiento ordenado y seguro de cualquier material o documentación.
- Predisposición para el cumplimiento de las normas de organización del trabajo.

b) ACTITUDES ASOCIADAS AL COMPORTAMIENTO

- Demostración de responsabilidad en el trabajo propuesto.
- Demostración de asistencia puntual.
- Valoración de la importancia de transmitir la imagen de empresa.
- Valoración de la trascendencia de la discreción y del secreto profesional.
- Reacción activa ante situaciones sorpresa.
- Preocupación por la búsqueda de soluciones a situaciones específicas.



c) ACTITUDES ASOCIADAS A LA COMUNICACIÓN

- Modificación de actitudes o posturas para adaptarse a determinadas situaciones.
- Justificación de las conclusiones obtenidas en cualquier grupo.
- Realización de preguntas relacionadas con un tema que se está exponiendo.
- 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 y precisión.
- Demostración de respeto ante otras ideas, opiniones y conductas.

d) ACTITUDES ASOCIADAS AL TRABAJO EN GRUPO

- Coordinación, colaboración y ayuda en los trabajos realizados en grupo.
- Mantenimiento de relaciones fluidas con los miembros del grupo de trabajo.
- Valoración del trabajo en equipo.
- Realización de la tarea asignada, colaborando en las tareas colectivas.

e) ACTITUDES ASOCIADAS A GESTIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DE LA EMPRESA

- Constancia en revisar la documentación que se adjunta en una formalización de compraventa.
- Distribución del trabajo y del tiempo en elaborar la documentación de las operaciones.
- Secuencia de los pasos que es necesario seguir en las operaciones.
- Pulcritud en la formalización de los contratos y de los documentos.
- Valoración de los efectos y de los costes que ocasionan los errores o el incumplimiento de las normas.
- Coordinación con otras áreas de organización
- Rigurosidad y autonomía en la elaboración de la documentación asociada a las operaciones de compraventa.



9. TEMPORALIZACIÓN

El módulo Gestión Económica y Financiera de la Empresa consta de 10 unidades didácticas. La siguiente tabla indica las horas lectivas asignadas a cada una de ellas y su distribución a lo largo de las 3 evaluaciones de las que consta el curso. Para realizar tal distribución, además de criterios pedagógicos, se ha tenido en cuenta que el módulo presenta un número total de horas lectivas distinto para cada evaluación y que las unidades didácticas también tienen distinta duración.

<u>EVALUACIÓN</u>	<u>UNIDAD DE TRABAJO</u>	<u>Nº</u> <u>horas</u>
1ª EVALUACIÓN	UD.0 Presentación del módulo	1
	UD.1 Empresa e iniciativa emprendedora	18
	UD.2 Constitución y puesta en marcha de una empresa	18
	UD.3 Financiación a corto plazo	18
	UD.4 Financiación a largo plazo	22
2ª EVALUACIÓN	UD.5 La adquisición de activos por las empresas	18
	UD.6 La fiscalidad en la empresa	20
	UD.7. Documentos comerciales y de pago	17
3ª EVALUACIÓN	UD.8 Obligaciones contables de la empresa	22
	UD.9 El ciclo contable	28
	UD.10 Análisis de la información económico-financiera de la empresa	18
TOTAL		200



Cabe precisar que la temporalización expuesta se podrá variar a lo largo del curso si las necesidades del proceso de enseñanza-aprendizaje así lo requieren, siendo todo ello una referencia a seguir durante el curso.

10. METODOLOGÍA

Para desarrollar la metodología es necesario tener en cuenta los **siguientes principios psicopedagógicos y didácticos**:

- Partir de los conocimientos previos.
- Promover la adquisición de aprendizajes significativos.
- Utilizar una metodología:
 - Activa tanto por parte del profesor como de los alumnos.
 - Participativa por parte del alumno.
 - Motivadora por parte del profesor.
- Favorecer el desarrollo integral del alumno/a.
- Tener presente la inminente incorporación del alumno al mundo del trabajo.
- Promover la coordinación con el profesorado de otros módulos.
- Que las clases sean activas y participativas para que así el alumno potencie su creatividad, espíritu crítico y capacidad de trabajo en grupo, utilizando todos los recursos didácticos disponibles.

Teniendo en cuenta estos principios, la metodología se basará en la combinación de la exposición teórica de los principales contenidos y en la resolución de ejercicios y casos prácticos en clase. También será importante el trabajo autónomo del alumno (individual y en grupo) como instrumento para afianzar los conocimientos adquiridos.

Tanto en la exposición teórica como en la resolución de ejercicios prácticos, se buscará la participación activa de los alumnos a través del planteamiento de preguntas que promuevan el pensamiento crítico, la reflexión y la creatividad de los estudiantes.



11. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

En la medida de lo posible, se intentarán organizar actividades complementarias y/o extraescolares que enriquezcan el proceso de aprendizaje de los estudiantes y les permita un contacto más directo con el entorno profesional del Marketing y la Publicidad.

Ejemplos de tales actividades pueden ser la asistencia a conferencias relacionadas con la materia, visitas a empresas y/o entidades locales, regionales o nacionales que realicen u organicen actividades de marketing y publicidad, una ponencia en clase por parte de un profesional del marketing, etc.

12. RECURSOS DIDÁCTICOS Y ACTIVIDADES

- **Libro de texto:** Gestión Económica y Financiera de la Empresa; David Hedo Hernando; editorial Mc Graw Hill
- Se usarán en la medida de lo posible los **recursos informáticos**. Se contarán con los siguientes medios: ordenador del profesor, pizarra, cañón proyector, altavoces, ordenadores personales para cada alumno con conexión a Internet, visitas a páginas web, vídeos relacionados con los contenidos de cada unidad.
- Apuntes y ejercicios facilitados en clase: en cada unidad, la profesora facilitará diferentes actividades para realizar a lo largo de la unidad. Estas actividades serán de contenido teórico-práctico. Para finalizar el tema se realizará un Kahoot de repaso en el que se irá comentando cada respuesta para ver quiénes y por qué han fallado.

13. EVALUACIÓN: ESTRATEGIAS Y PROCEDIMIENTOS

La evaluación del alumnado tendrá un carácter continuo, personalizado e integrador, que tome como referencia los objetivos establecidos en esta programación. A lo largo del proceso formativo, se contemplará tres momentos de evaluación:

- Evaluación inicial
- Evaluación procesual o formativa
- Evaluación final o sumativa



La **evaluación inicial** nos proporciona una información de partida de los alumnos con la finalidad de orientar la intervención educativa adecuadamente, de forma que el proceso de enseñanza/aprendizaje pueda adquirir el carácter de individualización que se requiera en cada caso. En la evaluación inicial, nos servimos de instrumentos tales como las entrevistas, cuestionarios, observación directa, juegos didácticos, preguntas sobre mapas conceptuales... para conocer al alumnado (capacidades y habilidades, técnicas de trabajo, motivaciones e intereses).

La **evaluación procesual o formativa** se realiza a lo largo del propio proceso de enseñanza-aprendizaje. Aquí se evaluarán aspectos tales como:

- La participación
- El progreso de cada alumno
- El tipo y grado de aprendizajes adquiridos
- La consecución de los resultados de aprendizaje
- Las dificultades halladas en el aprendizaje de los diferentes tipos de contenidos.

La **evaluación final** representa el resultado del seguimiento y la evaluación de todo el proceso formativo, en el que valoraremos:

- la participación activa
- la evolución positiva en el desarrollo personal
- La consecución de los resultados de aprendizaje que se piden en el decreto que regula el ciclo

De esta manera quedará evaluado tanto el grado de consecución de los resultados de aprendizaje como la evolución y mejora del alumno en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

- Realización de trabajos
- Pruebas escritas
- Registros de observación (diario de clase)



CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Tal y como indica la normativa vigente sobre evaluación (Resolución 8/2021 y Orden EDU8/2019), el proceso de evaluación se realizará en 2 evaluaciones parciales trimestrales y 2 evaluaciones ordinarias, es decir: **1ª evaluación (diciembre) 2ª evaluación (marzo), 1ª convocatoria ordinaria (mayo) y 2ª convocatoria ordinaria (junio).**

La nota obtenida en los exámenes o pruebas objetivas de la 1ª evaluación, 2ª evaluación y 1ª convocatoria ordinaria, supondrán el **80% de la nota de la evaluación**, y el otro **20% se obtendrá por las tareas, trabajo diario y participación en clase** (que explicaré más adelante en este apartado).

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	% DE CALIFICACIÓN
PRUEBAS ESCRITAS/EXAMENES	80%
TAREAS, TRABAJO DIARIO Y PARTICIPACIÓN EN CLASE	20%

Sin embargo, en la **2ª convocatoria ordinaria de junio**, la nota obtenida en el **examen o prueba objetiva supondrá el 100% de la nota final.**

A continuación, explico con más detalle las diferentes evaluaciones mencionadas:

- **1ª Evaluación: diciembre** → Esta evaluación abarcará los 4 primeros temas del módulo. La calificación que figurará en Racima y en las actas de evaluación debe estar expresada en números enteros, por lo que la nota se calculará según el método general del redondeo. Si el decimal antes del redondeo es igual o superior a 0,5 se redondeará a la cifra entera superior y si el decimal es inferior a 0,5 se redondeará a la cifra entera inferior.

Sin embargo, la nota de las evaluaciones expresada en números enteros tendrá carácter principalmente orientativo, puesto que para el cálculo de la nota media del curso se ponderarán las notas de cada evaluación con decimales incluidos.

- **2ª Evaluación: marzo** → Esta evaluación abarcará los temas 5 al 7 del módulo. La calificación en Racima y en las actas de calificación, se calculará de igual manera que en la 1ª evaluación, por redondeo.



- **1ª Convocatoria Evaluación ordinaria: mayo** → Esta evaluación abarcará todos los temas que cada alumno tenga no superados hasta ese momento, es decir, si el alumno superó las evaluaciones parciales 1ª y 2ª, sólo se tendrá que presentar a los 3 últimos temas desarrollados entre marzo y mayo, mientras que, si no superó alguna de las evaluaciones parciales, los temas pendientes se sumaran a los 3 últimos temas.
La nota de esta evaluación, tanto en Racima como en las actas, será la nota media o global del curso, también redondeada. Si el alumno ha ido aprobando, cada trimestre, su nota de la primera ordinaria será la media de sus evaluaciones trimestrales, considerando todos los decimales en esas notas parciales. Si en mayo se ha examinado de todos los temas, la nota de esta convocatoria será la nota de ese examen (sin olvidar que en esta convocatoria también se aplican los porcentajes de 80% exámenes y 20% tareas y trabajo diario, tal y como se explica al principio de este epígrafe).
- **2ª Convocatoria Evaluación ordinaria: junio** → En esta evaluación cada alumno se examinará de las evaluaciones que tenga pendientes, guardándose la nota de aquellas que si haya superado (1ª o 2ª evaluación, o incluso 3ª si la profesora hubiera considerado oportuno realizar una tercera evaluación de forma previa a la primera convocatoria ordinaria de mayo).

Si la profesora lo estima oportuno, para facilitar la evaluación positiva del alumno, podrá realizar pruebas parciales eliminatorias de los temas a mitad de cada uno de los trimestres.

Como la realización de estas pruebas no responde a un imperativo legal, la profesora establecerá las condiciones y características de estas pruebas y las comunicará al alumnado antes de realizar la prueba correspondiente. Su realización dependerá de si el desarrollo y temporalización del módulo lo permiten. La realización de estas pruebas no será obligatoria para los alumnos, que podrán decidir no realizar ningún examen parcial dentro de un trimestre y examinarse en las convocatorias trimestrales oficiales anteriormente mencionadas. Por esta misma razón, la ausencia a una prueba parcial de mitad de evaluación, incluso justificada, no da derecho a repetirla, el alumno se presentará a toda la materia en el examen final de evaluación.



TAREAS Y TRABAJO DIARIO

Cada alumno irá acumulando calificaciones durante el transcurso de cada trimestre por la realización de **trabajos y tareas** exigidas por la profesora, por su **intervención en debates, comentarios y preguntas orales en clase, resolución de dudas de compañeros, resolución de ejercicios, test** realizados en **Kahoot**, comentarios de **noticias y vídeos** relacionados con el módulo... Se valorará positivamente tanto su participación, como la oportunidad de sus intervenciones. La media de las calificaciones por todos los conceptos citados supondrá el **20% de la nota de la evaluación.**

En cada evaluación, la profesora podrá solicitar la **presentación escrita y/u oral de algún trabajo obligatorio, individual y/o grupal**, sobre los contenidos de esta programación. Dichos trabajos, según su complejidad, y si eliminan materia o no en las pruebas escritas objetivas, **podrán formar parte del 20% o del 80%** de la nota comentados en los puntos anteriores. La profesora comunicará su baremo y criterios de evaluación/calificación en cada caso al enunciar las características y requisitos de cada trabajo. La no presentación de un trabajo obligatorio en el plazo fijado, sin la adecuada justificación, supondrá obtener un cero en la nota del trabajo.

Con base en las indicaciones Reglamento de Régimen Interior del centro y las vigentes normativas, **el alumno que no asista al 15% de las horas anuales del módulo, justificadas o sin justificar, podrá perder el derecho a la evaluación continua** si el profesor lo considera oportuno. La carga lectiva anual del módulo de Gestión Económica y Financiera de la Empresa son 200 horas, por lo que dicho 15% se superará con 30 horas o más faltas de asistencia.

Sólo se considerarán justificantes válidos aquellos relacionados con asistencia médica o cumplimiento de un deber inexcusable, como la asistencia a un juicio, cualquier otro motivo será valorado por el profesor e incluso el equipo de profesores del departamento. La pérdida de la evaluación continua supondrá que el alumno se presente con toda la materia del módulo a la evaluación ordinaria, bien sea en primera y/o en segunda convocatoria. En este caso no serán de aplicación las posibles notas parciales o por evaluación que haya podido obtener el alumno antes de perder la evaluación ni tampoco se aplicarán los porcentajes de 80% y 20% comentados, el alumno obtendrá como nota final el 100% de la nota obtenida en esa prueba escrita final.



Además, en consonancia con lo que indica el Reglamento de Régimen Interno, la **acumulación de tres retrasos se contabilizará como una ausencia injustificada** con fecha del tercer retraso. Se considera retraso siempre que el alumno entre en clase entre las 16:00-16:05 a primera hora o entre las 19:05-19:10 al volver del recreo. Siempre que el alumno llegue más tarde de esas horas, o partir de un tercer retraso, se registrará una ausencia no justificada.

El incumplimiento de las **normas de conducta** establecidas para el aula, tales como la falta de respeto hacia compañeros y profesor, etc. será penalizado según el Reglamento de Régimen Interno del Centro (conductas contrarias).

MEDIDAS DE RECUPERACIÓN

Cuando en una evaluación parcial (1ª o 2ª evaluación) no se alcance una calificación de 5, incluyendo todos los conceptos anteriormente descritos:

La profesora decidirá, si lo considera beneficioso para el alumno y en función del grado de cumplimiento de la temporalización del módulo, la realización de una prueba escrita de recuperación que incluirá todos los contenidos correspondientes al trimestre correspondiente. Esta prueba englobará los temas del trimestre a recuperar y no podrá ser separada en partes (no se guardan parciales aprobados a mitad de trimestre, si los hubiera). La nota de la recuperación de las pruebas escritas de la primera evaluación será nuevamente el 80% de la nota final, y se guardará el 20% restante evaluado a lo largo de la evaluación.

Las actividades que el alumno deberá realizar para preparar y superar la prueba de recuperación, son todas las que se hayan desarrollado en clase durante la evaluación. En cualquier caso, la profesora indicará a los alumnos cuáles son las más importantes para superar la prueba de recuperación y/o propondrá otras de refuerzo. De igual forma, estará a su disposición para aclarar cualquier duda que les pueda surgir durante el estudio y preparación de dicha prueba, estableciendo un calendario para ello.

14. RECUPERACIÓN DE MÓDULOS PENDIENTES

En el curso 2023-24 hay cinco alumnos cursando 2º CFGS de Marketing y Publicidad con el módulo de Gestión Económica y Financiera de la Empresa pendiente de primer curso.



En septiembre, la profesora se reunió con los alumnos para establecer un plan de seguimiento quincenal: resolver dudas, revisar actividades realizadas para preparar el examen, hacer hincapié en los contenidos más importantes de cada unidad...

Por otro lado, la profesora acordó con los alumnos que se realizarían tres pruebas objetivas,

correspondientes a las 3 evaluaciones en las que se dividió el módulo en su desarrollo durante el primer curso:

✓ La primera prueba de evaluación abarcará las 4 primeras unidades y tendrá lugar el 6 de noviembre.

✓ La segunda prueba de evaluación abarcará las unidades 5 a la 7 y tendrá lugar el 22 de diciembre.

✓ La tercera abarcará las unidades 8 a la 10 y se realizará sobre mediados de enero.

Las fechas de la tercera prueba se fijarán más adelante tratando de que no coincidan con exámenes de segundo curso ni entrega de trabajos de mucho peso.

15. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Se aplicará una metodología que lleve al alumnado a asimilar los conceptos básicos necesarios, reduciendo al máximo la simple memorización y que permita realizar la práctica correspondiente.

Las explicaciones impartidas en el aula se presentarán junto con el desarrollo de actividades prácticas que optimicen el proceso de enseñanza-aprendizaje. Las actividades se establecerán en grado creciente de dificultad, de manera que la ejecución de una sirva de base para la siguiente y, además, sirva al alumno y al profesor como indicador para conocer el grado de consecución de los objetivos.

Para no limitar el aprendizaje del alumnado se programarán actividades o trabajos de ampliación para los alumnos más aventajados y de refuerzo para aquellos que deban recuperar conceptos que no dominan. También se facilitará al alumno que no supere la evaluación del módulo la recuperación del mismo, con actividades complementarias y nuevas pruebas orales o escritas, para que pueda demostrar que ha adquirido las capacidades terminales y los objetivos programados.



16. NECESIDADES Y PROPUESTAS DE FORMACIÓN DEL PROFESORADO

En relación con este módulo, creo que sería muy interesante facilitar formación al profesorado en los siguientes ámbitos:

- Aspectos fiscales: a través de la AEAT
- Talleres de emprendimiento

17. DESARROLLO UNIDADES DIDÁCTICAS

Unidad 1: Empresa e iniciativa emprendedora

Objetivos didácticos

1. Definir la actividad empresarial y analizar sus características.
2. Analizar la influencia del entorno en la actividad de las empresas.
3. Conocer las etapas que conforman el proceso emprendedor.
4. Saber cuáles son los rasgos que caracterizan a las personas emprendedoras.
5. Examinar el contenido básico de un plan de empresa

Contenidos

1. Plan de empresa: la idea de negocio.
2. Factores clave de los emprendedores: iniciativa, creatividad y formación.
3. Funciones básicas de la empresa.
4. La empresa como sistema.
5. Análisis del entorno general y específico de una PYME.
6. Relaciones de la PYME con su entorno.
7. Relaciones de la PYME con el conjunto de la sociedad.

Criterios de evaluación

1. Se ha evaluado el concepto de cultura emprendedora y su importancia como fuente de creación de empleo y bienestar social.
2. Se ha valorado la importancia de la iniciativa individual, la creatividad, la formación y la colaboración para tener éxito en la actividad emprendedora.
3. Se han descrito individualmente las funciones básicas de la empresa y se han analizado todas en conjunto como un sistema integral.



4. Se han identificado los principales componentes del entorno general que rodea a la empresa: económico, social, demográfico y cultural.
5. Se han evaluado los conceptos de cultura empresarial e imagen corporativa, y su relación con los objetivos empresariales.
6. Se ha reconocido el fenómeno de la responsabilidad social de la empresa y su importancia como elemento de estrategia empresarial.
7. Se han identificado prácticas que incorporan valores éticos y sociales.
8. Se ha llevado a cabo un estudio de viabilidad económica y financiera de una pyme.

Unidad 2: Constitución y puesta en marcha de una empresa

Objetivos didácticos

1. Conocer las características principales de cada forma jurídica.
2. Describir los trámites de constitución y puesta en marcha de cualquier empresa.
3. Elegir la forma jurídica más conveniente.
4. Conocer qué debe hacer una empresa ante una situación de insolvencia.
5. Describir las fases del procedimiento del concurso de acreedores.

Contenidos

1. La empresa individual. Responsabilidad jurídica y obligaciones formales.
2. Sociedades civiles y comunidades de bienes.
3. La sociedad mercantil. Tipos de sociedades.
4. Sociedad anónima, sociedad limitada y otras.
5. Sociedades laborales: anónima y limitada.
6. Cooperativas de trabajo asociado y cooperativas de transporte.
7. Organismos e instituciones con competencias en el ámbito del transporte.
8. Constitución y puesta en marcha de la empresa: requisitos, obligaciones formales y trámites que deben realizar.
9. Subvenciones oficiales y ayudas para la constitución y puesta en marcha de una empresa.
10. Obligaciones fiscales y laborales de una empresa.



Criterios de evaluación

1. Se han evaluado las distintas formas jurídicas de las empresas
2. Se han calculado los gastos de constitución y puesta en marcha de la empresa derivados de las distintas formas jurídicas, consultando la legislación vigente.
3. Se han obtenido información sobre las posibles ayudas y subvenciones oficiales para la creación de una empresa
4. Se ha seleccionado, a partir de un estudio comparativo, la forma jurídica más adecuada valorando los costes, la responsabilidad y las obligaciones jurídicas.
5. 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.
6. 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
7. Se han identificado las obligaciones laborales y fiscales derivadas del ejercicio de la actividad económica de la empresa
8. 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.
9. 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.

Unidad 3: Financiación a corto plazo

Objetivos didácticos

1. Aplicar la ley financiera de capitalización simple.
2. Conocer las características y operativa básica de los créditos comerciales y bancarios.
3. Calcular el efectivo resultante de una operación de descuento de efectos comerciales.
4. Conocer los fundamentos de una operación de factoring y determinar su coste.



Contenidos

1. Inversión y financiación: estructura económica y estructura financiera de la empresa.
2. Necesidades de inversión en la empresa.
3. Fuentes de financiación propia y ajena. Financiación interna y externa.
4. Financiación a corto plazo: créditos comerciales y aplazamientos de pago, créditos bancarios, negociación de efectos comerciales y factoring.
5. Manejo de la hoja de cálculo.

Criterios de evaluación

1. Se han identificado los organismos que informan sobre la obtención de ayudas y subvenciones públicas para la adquisición y renovación de activos.
2. 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.
3. Se ha analizado la información sobre el procedimiento, requisitos, garantías y documentación que se exige para obtener un crédito o un préstamo en una entidad financiera.
4. 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.
5. 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).
6. Se han calculado los costes y las cuotas de amortización de un préstamo, mediante los sistemas de amortización más utilizados.
7. Se ha seleccionado la alternativa financiera más ventajosa para la adquisición de vehículos, maquinaria y otros activos en función de costes, riesgos y garantías.
8. Se ha analizado el procedimiento y las condiciones para solicitar avales, fianzas y garantías bancarias.
9. Se han utilizado hojas de cálculo para analizar, mediante las funciones oportunas, diferentes operaciones financieras.



Unidad 4: Financiación a largo plazo

Objetivos didácticos

1. Aplicar la ley financiera de capitalización compuesta.
2. Construir el cuadro de amortización de un préstamo.
3. Conocer las ventajas e inconvenientes del leasing y el renting.
4. Conocer las existencias de ayudas públicas al empresario.

Contenidos

1. Necesidades de inversión en la empresa.
2. Fuentes de financiación propia y ajena. Financiación interna y externa.
3. Subvenciones oficiales y ayudas financieras a la actividad de la empresa.
4. Financiación a largo plazo. Productos financieros: préstamos y empréstitos, leasing y renting. Otras formas de financiación.
5. 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.

Criterios de evaluación

1. Se han identificado los organismos que informan sobre la obtención de ayudas y subvenciones públicas para la adquisición y renovación de activos.
2. 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.
3. Se ha analizado la información sobre el procedimiento, requisitos, garantías y documentación que se exige para obtener un crédito o un préstamo en una entidad financiera.
4. 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.
5. 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).
6. Se han calculado los costes y las cuotas de amortización de un préstamo, mediante los sistemas de amortización más utilizados.



7. Se ha seleccionado la alternativa financiera más ventajosa para la adquisición de vehículos, maquinaria y otros activos en función de costes, riesgos y garantías.
8. Se ha analizado el procedimiento y las condiciones para solicitar avales, fianzas y garantías bancarias.
9. Se han utilizado hojas de cálculo para analizar, mediante las funciones oportunas, diferentes operaciones financieras.

Unidad 5: La adquisición de activos para las empresas

Objetivos didácticos

1. Conocer la composición del patrimonio de una empresa.
2. Aplicar criterios para seleccionar las inversiones más convenientes para una empresa.
3. Analizar los factores que intervienen en la decisión de compra o alquiler del activo.
4. Evaluar proveedores a partir de un conjunto de criterios.

Contenidos

1. Determinación de las necesidades de equipamiento e inversión.
2. Gestión de compra y alquiler de vehículos y suministros.
3. Análisis y selección de inversiones. Decisión de compra o alquiler de vehículos y otros inmovilizados.
4. Búsqueda de proveedores y suministradores. Solicitud de ofertas y presupuestos.
5. Presupuestos y condiciones de compra y de alquiler: cantidad, calidad, precio, descuentos, plazo de entrega, impuestos, condiciones de pago y financiación.
6. Elaboración de documentos relativos a la compra y alquiler de vehículos y otros equipamientos utilizando las herramientas informáticas adecuadas. Elaboración de contratos y formulación de pedidos.
7. Creación y mantenimiento de bases de datos de proveedores y suministradores: fichero maestro de proveedores, altas y bajas, introducción y actualización de datos.
8. Utilización de una aplicación de gestión de compras.



Criterios de evaluación

1. Se han determinado las necesidades de vehículos, instalaciones, maquinaria y otros activos y los suministros necesarios en las empresas.
2. Se han analizado las diferencias fundamentales entre la compraventa o el alquiler de vehículos, maquinaria e inmovilizados necesarios para el ejercicio de la actividad.
3. 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
4. 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.
5. Se han evaluado diferentes planes de inversión a partir de los costes y la previsión de ingresos.
6. 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.
7. Se han analizado las ventajas y los inconvenientes de los mercados de primera y segunda mano y de alquiler de vehículos y otros activos.
8. 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.
9. 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.

Unidad 6. La fiscalidad en la empresa

Objetivos didácticos

1. Diferenciar los conceptos de impuesto, tasa y contribución especial.
2. Conocer los elementos de un impuesto.
3. Ser conscientes de las obligaciones fiscales de una empresa.
4. Conocer las bases en las que se asienta la aplicación de los principales tributos.



Contenidos

1. El Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF).
2. El Impuesto de Sociedades.
3. El Impuesto sobre Valor Añadido.
4. El Impuesto de Circulación de Vehículos.
5. Los impuestos sobre determinados vehículos, peajes, tasas y cánones por la utilización de determinadas infraestructuras.

Criterios de evaluación

1. Se han identificado las obligaciones fiscales derivadas de la aplicación y gestión del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA).
2. 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.
3. Se han identificado los impuestos sobre determinados vehículos, así como las tasas, cánones y derechos de uso que hay que pagar por la utilización de determinadas infraestructuras. Ç
4. 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.

Unidad 7 Documentos comerciales y de pago

Objetivos didácticos

1. Conocer los datos que deben constar en los presupuestos y las facturas.
2. Determinar el importe total de una factura.
3. Conocer las características de las letras de cambio, cheques y pagarés.
4. Diferenciar entre los distintos tipos de transferencias bancarias y tarjetas de pago.

Contenidos

1. Elaboración de presupuestos.
2. Facturación de servicios y devengo de facturas: características, modelos y tipos de facturas, cumplimentación y expedición de facturas.
3. Conservación y registro de facturas de acuerdo a la normativa mercantil y fiscal.



4. Fiscalidad de las operaciones de la empresa. Impuesto sobre el valor añadido y otros tributos.
5. Operaciones intracomunitarias: características y facturación de los productos y servicios.
6. Medios y documentos de pago y cobro: cheque, transferencia, recibo, letra de cambio, tarjeta de crédito y pagaré.
7. Creación y mantenimiento de bases de datos de clientes.
8. Manejo de una aplicación informática de facturación.

Criterios de evaluación

1. 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.
2. Se han identificado los impuestos que gravan los servicios de transporte y los tipos de gravamen aplicables en cada caso.
3. 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
4. Se ha realizado la facturación de la venta de productos y/o la prestación de servicios, utilizando las aplicaciones informáticas adecuadas.
5. Se han analizado las características, costes de gestión de cobro y negociación y los riesgos de los diferentes medios de pago o cobro.
6. Se han gestionado los impagos de clientes, cumpliendo los requisitos y plazos contemplados en la normativa vigente. Se han supervisado las condiciones de pago y cobro de las operaciones en divisas.

Unidad 8. Obligaciones contables de la empresa

Objetivos didácticos

1. Conocer la función básica del sistema de información contable.
2. Conocer las partes del Plan General de Contabilidad.
3. Elaborar el inventario de una empresa.
4. Registrar correctamente hechos contables.
5. Conocer los libros en los que se registra la contabilidad de una empresa.



Contenidos

1. Obligaciones contables de la empresa. Normativa mercantil y fiscal.
2. El patrimonio de la empresa: activo, pasivo y patrimonio neto.
3. Las cuentas. Terminología, estructura y tipos.
4. Los libros contables y de registro.
5. El Plan General contable para PYMES.
6. Manejo de una aplicación informática de contabilidad financiera para el registro contable y para la elaboración de las cuentas anuales.

Criterios de evaluación

1. Se han diferenciado las distintas partidas del balance, analizando su relación funcional: activo (fijo y circulante), pasivo (fijo y circulante) y patrimonio neto.
2. Se han diferenciado los conceptos de inversión, gasto, pago, ingreso y cobro.
3. 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.
4. 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.
5. Se han elaborado las cuentas anuales de acuerdo con del Plan General Contable para las pymes.

Unidad 9. El ciclo contable

Objetivos didácticos

1. Comprender la fase del ciclo contable.
2. Anotar en el Diario los hechos contables más habituales.
3. Determinar el resultado del ejercicio tras haber realizado los ajustes correspondientes.
4. Elaborar el Balance de situación y la Cuenta de pérdidas y ganancias.

Contenidos

1. El ciclo contable. Anotaciones contables, amortizaciones y ajustes, cálculo del resultado y cierre del ejercicio.
2. Las cuentas anuales.
3. El resultado del ejercicio.



4. Manejo de una aplicación informática de contabilidad financiera para el registro contable y para la elaboración de las cuentas anuales.

Criterios de evaluación

1. Se han diferenciado las distintas partidas del balance, analizando su relación funcional: activo (fijo y circulante), pasivo (fijo y circulante) y patrimonio neto.
2. Se han diferenciado los conceptos de inversión, gasto, pago, ingreso y cobro.
3. 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.
4. 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.
5. Se han elaborado las cuentas anuales de acuerdo con del Plan General Contable para las pymes.

Unidad 10. Análisis de la información económica-financiera de la empresa

Objetivos didácticos

1. Conocer las herramientas principales de las que se sirve el análisis económico-financiero.
2. Calcular el punto muerto y el margen bruto e interpretar los resultados.
3. Interpretar los resultados obtenidos al calcular ratios, índices, porcentajes, etc.

Contenidos

1. Interpretación y análisis de la información contable y económico-financiera de la empresa, aplicable a la gestión empresarial.
2. El punto muerto o umbral de rentabilidad.
3. Evaluación de inversiones y cálculo de la rentabilidad.
4. Período medio de maduración.
5. Análisis e interpretación de los resultados.
6. Análisis de estados financieros de la empresa.
7. Principales ratios financieros.
8. Análisis económico. Ratios de rentabilidad y eficiencia.



9. Utilización de la hoja de cálculo y otras aplicaciones informáticas para el cálculo de ratios y para el análisis económico-financiero de la empresa.

Criterios de evaluación

1. Se han empleado las aplicaciones y utilidades de la información contable y los estados financieros para una gestión eficaz de la empresa.
2. 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.
3. Se ha calculado el valor de adquisición, vida útil, valor actual, valor de reposición y valor residual de los elementos del inmovilizado.
4. Se han calculado los flujos de tesorería o cash-flow y el período medio de maduración.
5. Se ha calculado el punto muerto o umbral de rentabilidad.
6. Se han calculado los principales ratios e indicadores financieros para analizar los estados financieros a través del balance y la cuenta de resultados.
7. Se han utilizado hojas de cálculo para la determinación de los diferentes ratios financieros y para el cálculo de la rentabilidad de la empresa.