

## ECONOMÍA DE LA EMPRESA

### *Contenidos:*

#### 1. La empresa y su entorno:

- La empresa: concepto y clasificación.
- La empresa y el empresario.
- Componentes, funciones y objetivos de la empresa.
- El marco jurídico que regula la actividad empresarial: análisis.
- La empresa y su entorno: entorno económico y social.
- El sector: concepto, clasificación y análisis.

#### 2. El desarrollo de la empresa:

- Localización y dimensión de la empresa.
- Formas de desarrollo: expansión y diversificación.
- La pequeña y mediana empresa: importancia y estrategias de mercado.
- El crecimiento de la empresa: crecimiento interno y externo, estrategias.

- La internacionalización, la competencia global, las innovaciones tecnológicas y las tecnologías de la información y la comunicación.
  - La empresa multinacional: identificación de aspectos positivos y negativos.
  - La globalización: efectos y estrategias.
3. La realidad empresarial en Castilla y León:
- La actividad empresarial en Castilla y León.
  - Principales características de las empresas.
4. La organización y dirección de la empresa:
- La división técnica del trabajo.
  - Organización y jerarquía.
  - El proceso de dirección: funciones básicas.
  - Planificación y toma de decisiones estratégicas.
  - Estilos de dirección.
  - Diseño y análisis de la estructura de la organización: organización formal e informal.
  - La gestión de los recursos humanos y su incidencia en la motivación.
5. La función productiva:
- La producción, las actividades productivas y su clasificación.
  - La asignación de los recursos productivos.
  - Eficiencia y productividad.
  - La Innovación tecnológica: Investigación, Desarrollo e Innovación (I + D + i).
  - Los costes: clasificación y cálculo de los costes en la empresa.
  - El equilibrio de la empresa. Cálculo e interpretación del umbral de rentabilidad.
  - Productividad de los factores y rentabilidad.
  - Los inventarios y su gestión.
6. La función comercial:
- El mercado: concepto y clases.
  - La empresa ante el mercado: técnicas de investigación de mercados, análisis del consumidor y segmentación del mercado.

- Plan de marketing: elementos.
- Marketing mix y elaboración de estrategias: variables.
- La utilización de las tecnologías de la información y la comunicación en la comercialización de bienes y servicios.
- Castilla y León: las Denominaciones de Origen, las Indicaciones Geográficas, las Marcas de Garantía y la promoción turística.

#### 7. La función financiera:

- La estructura económica y financiera de la empresa.
- La inversión: concepto y clases.
- Valoración y selección de proyectos de inversión.
- Los recursos financieros de la empresa.
- Fuentes alternativas de financiación internas y externas: análisis.
- Los equilibrios financieros.
- El fondo de maniobra, período medio de maduración.

#### 8. La información en la empresa:

- Las obligaciones contables de la empresa.
- El patrimonio: composición y valoración.
- El balance y la cuenta de pérdidas y ganancias: elaboración.
- Las cuentas anuales y la imagen fiel.
- El informe de gestión.
- Análisis e interpretación de la información contable.

#### *Criterios de evaluación:*

1. Conocer e interpretar los diversos elementos de la empresa, sus tipos y funciones, valorando la aportación de cada uno de ellos según el tipo de empresa.

2. Identificar los rasgos principales del sector en que la empresa desarrolla su actividad.

3. Analizar las principales características de las empresas de Castilla y León.

4. Describir la organización adoptada por la empresa y sus posibles modificaciones en función del entorno en el que desarrolla su actividad, de las innovaciones tecnológicas y de la globalización de la economía.

5. Reconocer el proceso de planificación que se sigue en la empresa, diferenciando los distintos elementos que intervienen.

6. Determinar para un caso sencillo la estructura de ingresos y costes de una empresa y calcular su beneficio y su umbral de rentabilidad.

7. Analizar las principales características del mercado y explicar, de acuerdo con ellas, las políticas de marketing aplicadas por una empresa ante diferentes situaciones y objetivos.

8. Diferenciar las posibles fuentes de financiación de la empresa.

9. Valorar distintos proyectos de inversión sencillos y justificar razonadamente la selección de la alternativa más ventajosa.

10. Identificar los datos más relevantes del Balance y de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias, del Informe de Gestión y del Informe de Gobierno Corporativo de una empresa, explicar su significado y diagnosticar la situación de la empresa a través del análisis de los principales ratios económico-financieros y proponer medidas para su mejora.