



XUNTA DE GALICIA  
CONSELLERÍA DE EDUCACIÓN  
E ORDENACIÓN UNIVERSITARIA

DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA



IES MARCO DO CAMBALLÓN

Rúa do Camballón, 24 • 36590 - Vila de Cruces • Tfno.: 886 151 731 - Fax: 886 151 739 • ies.marco.camballon@edu.xunta.es • www.edu.xunta.gal/centros/iesmarcocamballon

# **ECONOMÍA DA EMPRESA**

## **2º BACHARELATO - CIENCIAS SOCIAIS**

**Profesor: Cristóbal Manuel Álvarez Quirós**

---



---

# Economía da Empresa 2º Bacharelato Ciencias Sociais

## 1.- Introducción:

O mundo da empresa está presente de forma cotiá nos medios de comunicación, formando parte da vida de millóns de persoas e repercutindo en todos os fogares. O coñecemento sobre a empresa constitúe un paso esencial para comprender o funcionamento global da economía, pola interrelación que existe entre a empresa e o contexto no que leva a cabo a súa actividade.

A materia de Economía da Empresa ten como finalidade que o alumnado comprenda e analice como responden as empresas aos desafíos que se lles presentan, empregando un enfoque actualizado e, sobre todo, adaptado á realidade, onde o factor clave da súa actividade reside na innovación, ao ser esta en moitos casos o elemento determinante da súa supervivencia.

Esta materia de modalidade, integrada no segundo curso do bacharelato de Humanidades e Ciencias Sociais, persegue dous obxectivos: por unha banda, aproximar o alumnado ao coñecemento da empresa como catalizador do desenvolvemento económico, salientando a innovación como aspecto fundamental da actividade empresarial, e aos valores propios da responsabilidade social corporativa; e pola outra, fomentar unha cultura emprendedora que potencie a creatividade, o espírito de innovación, a reflexión crítica e a toma de decisións fundamentais que permitan deseñar unha proposta de modelo de negocio e analizar a súa viabilidade.

O deseño da materia toma coma referentes os descritores operativos que concretan o desenvolvemento competencial esperado para o alumnado de bacharelato. Ademais, ten en conta os obxectivos fixados na lexislación vixente, contribuíndo a afianzar «o espírito emprendedor con actitudes de creatividade, flexibilidade, iniciativa, traballo en equipo, confianza nun mesmo e sentido crítico».

Desta forma e partindo de xeito especial das competencias emprendedora, cidadá, persoal, social e de aprender a aprender adquiridas en etapas educativas previas, achéganse elementos que ao tempo que permiten comprender o funcionamento das

---

empresas, as oportunidades e as dificultades ás que se enfrontan, integran outros relacionados coa reflexión crítica e construtiva e a proposta de solucións a problemas e retos actuais.

A consecución dos fins propostos desenvólvese a través de aprendizaxes significativas, funcionais e de interese para o alumnado, e organízase arredor da adquisición duns obxectivos que tratan, en primeiro lugar, sobre a importancia que a actividade empresarial e o emprendemento teñen na transformación social. En segundo lugar, sobre o coñecemento do contexto para determinar as interrelacións entre este e as empresas. En terceiro lugar, sobre o funcionamento e estrutura interna das empresas e a proposta de novos modelos de negocio. En cuarto lugar, sobre a utilización de ferramentas innovadoras e a valoración do uso de estratexias comunicativas por parte das empresas. En quinto e último lugar, sobre a avaliación do modelo de negocio proposto, utilizando ferramentas de análise empresarial que permitan determinar a súa viabilidade. O aprendido ao longo de todo este proceso deberá capacitar o alumnado para redactar e presentar un plan básico de empresa.

Os criterios de avaliación van dirixidos a comprobar o grao de adquisición dos obxectivos propostos, isto é, o desempeño no ámbito cognitivo, instrumental e actitudinal que poida ser aplicado a situacións ou actividades do ámbito persoal, social e académico cunha futura proxección profesional.

Os criterios de avaliación e os contidos que contribúen á consecución dos obxectivos estrutúranse en catro bloques. O primeiro céntrase en coñecer a orixe dun proxecto empresarial: a persoa que arrisca e leva a cabo a actividade, nun contexto de responsabilidade social, igualdade e inclusión, sendo consciente das tendencias cambiantes do mercado e da importancia da innovación como factor clave de supervivencia. O segundo bloque oríentase cara á análise das diferentes áreas funcionais da empresa, que constitúen os eixes fundamentais de calquera modelo de negocio, desde os máis tradicionais ata

os máis innovadores. O terceiro inclúe, por unha banda, o estudo de padróns de modelos de negocio e diríxese a ofrecerlle ao alumnado exemplos vixentes que poden servir como fonte inspiradora para outras propostas que xeren valor e se adapten a novos contextos; e pola outra, presenta aqueles recursos e ferramentas que ofrecen maiores posibilidades creativas e de innovación, e que poden ser aplicados nas diferentes fases do proceso. Por último, o cuarto bloque vincúlase cos contidos que permiten aplicar ferramentas de análise empresarial para determinar a viabilidade do proxecto. Este bloque incorpora a análise das contas anuais coa finalidade de redactar un plan básico de empresa adaptado a un contexto determinado.

Finalmente, propónse un enfoque teórico-práctico da materia a través da simulación dun modelo de negocio que permita abordar os diferentes bloques de contido, poñelos en práctica e avaliar a viabilidade do modelo presentado. Desta forma, tras unha investigación sobre os eixes que sustentan un modelo de negocio e o debate de cuestións relativas á responsabilidade social corporativa, a inclusión e o papel das mulleres emprendedora, poderase deseñar unha proposta adaptada a unha situación concreta, empregando as diferentes ferramentas recollidas nos contidos anteriores e propoñendo solucións aos desequilibrios encontrados.

## 2.- Obxectivos:

## Obxectivos da materia

OBX1. Analizar a actividade empresarial e emprendedora, recoñecendo o poder de transformación que exercen na sociedade e reflexionando sobre o valor da innovación e a dixitaización neste proceso, para comprender o papel que desempeñan dentro do funcionamento global da economía actual.

- Entender a realidade desde unha perspectiva económica é fundamental para comprender mellor o mundo no que vivimos, por iso é importante que o alumnado coñeza o papel que as persoas emprendedoras e as empresas exercen como elementos transformadores do contexto actual, caracterizado polo seu gran dinamismo e pola rápida incorporación das novas tecnoloxías e as súas múltiples aplicacións. Todo isto está a cambiar non só a estrutura produtiva global, senón tamén a estrutura económica e social no seu conxunto, convertendo a innovación no elemento crucial para calquera empresa.
- Se o alumnado é capaz de comprender o que acontece ao seu arredor, poderá adoptar decisións que lle permitan mellorar tanto a súa vida como a da sociedade na que se integra.

OBX2. Investigar o contexto económico e social e a súa influencia na actividade empresarial, analizando as interaccións empresas-contexto e identificando estratexias viables que partan dos criterios de responsabilidade social corporativa, da igualdade e a inclusión, para valorar a capacidade de adaptación das empresas.

- A análise da realidade desde unha perspectiva económica e social permite que o alumnado tome conciencia, por unha banda, dos efectos da contorna sobre a empresa e, pola outra, das consecuencias da actividade empresarial sobre a propia sociedade ou o medio ambiente, entre outros aspectos.
- As empresas non son organizacións alleas ao que acontece ao seu arredor, polo que é imprescindible comprender como os elementos, tanto do contexto xeral coma do específico, van influir nas decisións adoptadas.
- Espertar a curiosidade e ter unha visión aberta sobre a realidade constitúe o punto de partida da investigación do contexto socioeconómico. Este coñecemento permitiralle ao alumnado identificar problemas e propor solucións que melloren o benestar social, mais sen esquecer que estas mesmas solucións poden producir esgotamento de recursos, precariedade, desigualdade e outros efectos externos. Por isto é fundamental que o alumnado valore o esforzo que realizan as empresas ao alinear os seus obxectivos cos Obxectivos de Desenvolvemento Sostible (ODS), integrando a responsabilidade social corporativa (RSC), contribuíndo así a diminuír estes desaxustes e sendo capaz de xerar unha proposta de valor orientada a alcanzar unha sociedade máis equitativa e sostible, sen deixar de adaptarse con rapidez á contorna e ás necesidades dos consumidores e consumidoras.

OBX3. Recoñecer e comprender modelos de negocio actuais comparándoos con outros tradicionais, aplicando estratexias e ferramentas que faciliten o deseño creativo e propoñendo modelos de negocio que, achegando valor, permitan satisfacer necesidades e contribuir ao benestar económico e social.

- Na actualidade, as empresas, desde as máis tradicionais ata as máis tecnolóxicas conviven en medios dinámicos. Estes últimos caracterízanse pola rapidez coa que se producen os cambios e a complexidade dos problemas a afrontar, xerando unha enorme incerteza sobre o futuro, e provocando un gran impacto nas decisións estratéxicas empresariais.
- Os novos modelos de negocio como, por exemplo, long *Éall*, *freemium*, multiplataforma e app, permiten que as empresas se enfronten a estes contextos e actúen con axilidade.  
O alumnado debe coñecer estes modelos e ser quen de propor e deseñar outros novos con creatividade e espírito innovador.
- Para xerar modelos de negocio se propón o uso da ferramenta do lenzo CANVAS, coa que o alumnado elaborará a súa proposta de valor, sen esquecer a análise de actividades, recursos e asociacións clave, así como as canles e as relacións con clientes, estrutura de custos e fontes de ingresos. Xunto a esta ferramenta poden traballarse outras complementarias, como o mapa de empatía de clientes e o pensamento visual, entre outras.
- As empresas na actualidade propóñense como obxectivos a xeración de riqueza, a innovación e o afán de mellora continua e de adaptación ao contexto; mais tamén, a satisfacción das necesidades dos seus clientes e contribuir ao benestar económico e social. Por todo isto, cómpre que o alumnado comprenda que esta dualidade é complementaria desde o punto de vista empresarial.

OBX4. Valorar e seleccionar estratexias comunicativas de aplicación ao mundo empresarial, utilizando novas fórmulas e obtendo a información que se xera tanto no ámbito interno como externo da empresa, para xestionar eficazmente a información necesaria no proceso de toma de decisións e a súa correcta transmisión.

- A obtención de información xunto a un sistema eficaz de comunicación resultan esenciais para lograr obxectivos en calquera ámbito. Esta cuestión adquire especial relevancia no mundo empresarial, onde o fluxo de información vai ser utilizado non só pola empresa, senón tamén polo resto de axentes que interactúan con ela. Todo isto lévase a cabo a través do uso de novas estratexias comunicativas moi ligadas ás novas tecnoloxías. Relacionado co anterior, o alumnado debe coñecer estratexias de comunicación eficaces e áxiles na xestión e intercambio de información entre a empresa e os axentes da súa contorna, e saber aplicar diferentes ferramentas comunicativas como a narración de historias ou *storytelling* e o discurso do ascensor ou *elevator pitch*. En todo este proceso resulta esencial desenvolver unha actitude cooperativa e respectuosa na forma de comunicarse, aprendendo a argumentar, escoltar e a transmitir eficazmente o que se pretende dar a coñecer.
- Ademais, a globalización económica propia do século XXI implica que as empresas estean cada vez máis internacionalizadas e se comuniquen con maior frecuencia noutras linguas. Para isto é fundamental que o alumnado se exercite no uso de distintos idiomas, comunicándose con corrección e autonomía ante diferentes situacións.

OBX5. Realizar a análise previsual do modelo de negocio deseñado, aplicando as ferramentas de análise empresarial necesarias para comprender o proceso levado a cabo e validar a proposta presentada.

- As distintas ferramentas de análise empresarial aplicadas en diferentes momentos do proceso permiten obter información útil para validar a proposta do modelo de negocio. A validación débese facer nun escenario simulado concreto, ofrecéndolle ao alumnado unha visión global de todo o proceso e, ao mesmo tempo, permitindo a rectificación de calquera decisión adoptada ata ese momento.
- A información obtida, as decisións adoptadas coa súa correspondente xustificación e os resultados procedentes das ferramentas de análise utilizadas supoñen a base para que o alumnado confeccione un plan de negocio básico.
- Deste modo, preténdese que o alumnado empatice e se poña no lugar da persoa emprendedora, adquirindo unha perspectiva integral de todo o proceso levado a cabo e que aprenda tanto dos acertos como dos erros.

### 3.- Criterios de avaliación e contidos:

Materia de Economía da Empresa		2º curso
Bloque 1. A empresa e a súa contorna		
<b>Criterios de avaliación</b>		<b>Obxectivos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>CA1.1. Comprender a importancia da actividade empresarial e o emprendemento na economía actual, recoñecendo o poder de transformación que exercen na sociedade e reflexionando sobre o valor da innovación e a dixitalización.</li> </ul>		OBX1
<ul style="list-style-type: none"> <li>CA1.2. Analizar o papel da I+D+i no desenvolvemento social e empresarial, identificando novas tendencias e tecnoloxías que teñen un alto impacto na economía.</li> </ul>		OBX1

# DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA

<ul style="list-style-type: none"> <li>• CA1.3. Valorar a capacidade de adaptación áxil, responsable e sostible das empresas aos cambios do contexto e ás exixencias do mercado, investigando o contexto económico e social e a súa influencia na actividade empresarial.</li> </ul>	OBX2
<ul style="list-style-type: none"> <li>• CA1.4. Coñecer os distintos tipos de empresa, os seus elementos e funcións, así como as formas xurídicas que adoptan relacionando cada unha delas coa responsabilidade legal dos seus propietarios e xestores e coas exixencias de capital.</li> </ul>	OBX2
<ul style="list-style-type: none"> <li>• CA1.5. Identificar e analizar as características do contexto no que a empresa desenvolve a súa actividade, explicando, a partir destas, as distintas estratexias e decisións adoptadas e as posibles implicacións sociais e medioambientais da súa actividade.</li> </ul>	OBX2
<b>Contidos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• O empresario ou a empresa. Perfís.</li> <li>• A empresa. Clasificación. Localización e dimensión da empresa. Marco xurídico que regula a actividade empresarial.</li> <li>• O contexto empresarial. Responsabilidade social corporativa. Muller e emprendemento. Inclusión e emprendemento.</li> <li>• A empresa, dixitalización e innovación. I+D+i. Teorías da innovación. Tipos de innovación. Tendencias emerxentes. Estratexias de innovación.</li> </ul>	
<b>Bloque 2. 0 modelo de negocio e de xestión</b>	
<b>Criterios de avaliación</b>	<b>Obxectivos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• CA2.1. Identificar e analizar as distintas políticas empresariais de xestión, contratación e formación de recursos humanos, valorando e recoñecendo as actuacións das empresas en materia de igualdade e inclusión.</li> </ul>	OBX2





<ul style="list-style-type: none"> <li>• CA2.2. Comprender o concepto de modelo de negocio como unha forma de lles dar resposta ás necesidades actuais, comparando distintos modelos, desde os máis tradicionais aos máis innovadores.</li> </ul>	OBX3
<ul style="list-style-type: none"> <li>• CA2.3. Analizar as características organizativas e funcionais da empresa, explicando, a partir delas, as decisións de planificación, xestión e optimización de actividades, recursos e asociacións clave dun modelo de negocio innovador.</li> </ul>	OBX3
<ul style="list-style-type: none"> <li>• CA2.4. Analizar e tomar decisións sobre os procesos produtivos desde a eficiencia e a produtividade, definindo o soporte necesario para facer realidade un modelo de negocio.</li> </ul>	OBX3
<ul style="list-style-type: none"> <li>• CA2.5. Analizar e tomar decisións sobre investimento e financiamento, aplicando métodos de selección de investimentos e recoñecendo as vantaxes e inconvenientes das distintas fontes de financiamento empresarial.</li> </ul>	OBX3
<ul style="list-style-type: none"> <li>• CA2.6. Analizar as características do mercado, explicando, de acordo con elas, a proposta de valor, canles, relacións con clientes e fontes de ingresos dun modelo de negocio innovador.</li> </ul>	OBX3
<ul style="list-style-type: none"> <li>• CA2.7. Analizar e explicar a situación económico-financeira da empresa a partir da información recollida nas contas anuais, indicando as posibles solucións aos desequilibrios atopados e analizando o impacto dos tributos que ten que satisfacer a empresa.</li> </ul>	OBX5
Contidos	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresa e modelo de negocio.</li> <li>• A función comercial. Segmento de clientes. A proposta de valor. Canles. Relacións con clientes. Fontes de ingresos. Estratexias de márketing.</li> <li>• A función produtiva. Proceso produtivo. Eficiencia e produtividade. Actividades clave. Recursos clave. Asociacións clave. Estrutura de custos: clasificación e cálculo de custos.</li> <li>• A xestión dos recursos humanos. Formación e funcionamento de equipos áxiles.</li> </ul>	

<p>Habilidades que demanda o mercado de traballo. A contratación e as relacións laborais da empresa. As políticas de igualdade e de inclusión nas empresas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• A función financeira. Estrutura económica e financeira. Investimento. Valoración e selección de investimentos. Recursos financeiros. Análise de fontes alternativas de financiamento interno e externo.</li> <li>• A información na empresa: obrigas contables. Composición e valoración do patrimonio. Contas anuais e imaxe fiel. Elaboración do balance e da conta de perdas e ganancias.</li> <li>• Fiscalidade empresarial: principais tributos que gravan a actividade empresarial.</li> </ul>	
<p>Bloque 5. Ferramentas para innovar en modelos de negocio e de xestión</p>	
<p>Criterios de avafiación</p>	<p>Obxectivos</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• CA3.1. Valorar a capacidade de adaptación áxil, responsable e sostible das empresas ás exixencias do mercado, explorando ideas, escenarios futuros e novos padróns e modelos de negocio.</li> </ul>	<p>OBX2</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• CAE.2. Coñecer as distintas estratexias e ferramentas de deseño creativo, aplicando estas á xeración dun modelo de negocio transformador que permita dar resposta ás necesidades actuais.</li> </ul>	<p>OBX3</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• CAE.3. Xestionar eficazmente a información e facilitar o proceso de toma de decisións a partir da información obtida, tanto no ámbito interno como externo da empresa, aplicando estratexias e novas fórmulas comunicativas.</li> </ul>	<p>OBX4</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• CA3.4. Seleccionar estratexias de comunicación aplicadas ao mundo empresarial, utilizando novas fórmulas comunicativas que faciliten a xestión eficaz da información e a súa transmisión.</li> </ul>	<p>OBX4</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• CA3.5. Coñecer as ferramentas necesarias que permitan expoñer o proxecto de modelo de negocio, despertando o interese e cativando os demais coa proposta de valor presentada.</li> </ul>	<p>OBX4</p>

Contidos	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• O lenzo de modelo de negocio e de xestión: concepto, áreas, bloques, utilidade e padróns de modelos de negocio.</li> <li>• O punto de vista dos clientes: mapa de empatía.</li> <li>• A creatividade aplicada ao deseño do modelo de negocio e de xestión. O proceso de creatividade: diverxencia e converxencia. Dinámicas de xeración de novas ideas de modelos de negocio.</li> <li>• A competencia e os nichos de mercado.</li> <li>• As ferramentas de organización de ideas: Pensamento visual ou <i>Visual Thinking</i>. Capacidade de síntese. Ideación. Comunicación.</li> <li>• O prototipado: concepto e utilidade. Posibilidades de prototipado: bens, servizos e aplicacións.</li> <li>• As ferramentas de presentación dun proxecto ou idea. Metodoloxía: narración de historias ou <i>storytelling</i> e o discurso no ascensor ou <i>elevator pitch</i>. Outras metodoloxías.</li> <li>• Os escenarios: exploración de ideas, escenarios futuros e novos modelos de negocio.</li> <li>• Outras ferramentas para innovar en modelos de negocio e de xestión.</li> </ul>	
<p><b>Bloque 4. Estratexia empresarial e métodos de análise da realidade empresarial: estudo de casos e simulación</b></p>	
Criterios de avaliación	Obxectivos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• CA4.1. Validar a proposta de modelo de negocio deseñado dentro dun contexto determinado, definíndoo a partir das tendencias clave do momento, a situación macroeconómica, o mercado e a competencia, comprendendo todo o proceso levado a cabo e aplicando técnicas de estudo previsual e ferramentas de análise empresarial.</li> </ul>	OBX5
<ul style="list-style-type: none"> <li>• CA4.2. Determinar previsualmente a estrutura de ingresos e custos,</li> </ul>	OBX5



calculando o seu beneficio e limiar de rendibilidade a partir do modelo de negocio proposto.	
<ul style="list-style-type: none"> <li>CA4.3. Elaborar un plan de negocio básico sobre un escenario simulado concreto, xustificando as decisións tomadas.</li> </ul>	OBX5
<ul style="list-style-type: none"> <li>CA4.4. Determinar a estratexia de propiedade industrial da empresa, establecendo as liñas de actuación en materia de protección de idea, produto e marca.</li> </ul>	OBX5
<ul style="list-style-type: none"> <li>CA4.5. Valorar a situación económico-financeira da proposta presentada, analizando e interpretando a información recollida tanto no balance como na conta de perdas e ganancias e indicando as posibles solucións aos desequilibrios encontrados.</li> </ul>	OBX5
<b>Contidos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>0 contexto do modelo de negocio. Previsión: tendencias clave. Macroeconomía: variables macroeconómicas. Competencia: forzas competitivas.</li> <li>A avaliación previa de modelos de negocio: análise DAFO, análise previsional de ingresos e custos e o limiar de rendibilidade.</li> <li>A validación do modelo de negocio. 1ean <i>Startup</i>. Desenvolvemento de clientes. Desenvolvemento de produto áxil.</li> <li>A protección da idea, do produto e da marca.</li> <li>A toma de decisións. Estratexias. Simulación en folla de cálculo. Redacción dun plan de negocios básico.</li> <li>A análise de resultados: estudo de mercado, análise e interpretación da información contable e análise de estados financeiros.</li> </ul>	

## 4.- Atención á diversidade e orientación pedagóxica:

A intervención educativa na materia de Economía da Empresa desenvolverá o seu currículo e tratará de asentar de xeito gradual e progresivo aprendizaxes que lle faciliten ao alumnado o logro dos obxectivos da materia e, en combinación co resto de materias, unha adecuada adquisición das competencias clave e o logro dos obxectivos da etapa.

Neste sentido, no deseño das actividades, deberemos considerar a relación existente entre os obxectivos da materia e as competencias clave a través dos descritores operativos e as liñas de actuación no proceso de ensino e aprendizaxe, que se presentan nos apartados seguintes, e seleccionar aqueles criterios de avaliación do currículo que se axusten á finalidade buscada, así como empregalos para verificar as aprendizaxes do alumnado e o seu nivel de desempeño.

## 5.- Relación entre os obxectivos da materia de Economía da Empresa e as competencias clave a través dos descritores operativos establecidos no anexo I:

Obx. da materia	Competencias clave							
	CCL	CP	STEM	CD	CPSAA	CC	CE	CCEC
OBX1	2			2-5	1.2-4	1	1-2	
OBX2	2-Z		4	1	2-5	<b>4</b>	1	
OBXZ	2-Z		2-4		4	<b>3</b>	1	
OBX4	1-5	1-2		<b>3</b>	<b>4</b>		2	
OBX5				2-3	1.1-5		1-2-3	

### 6.- Liñas de actuación no proceso de ensino e aprendizaxe:

- O uso de distintos métodos que teñan en conta os diferentes ritmos de aprendizaxe do alumnado, favorezan a capacidade de aprender por si mesmo e promovan o traballo en equipo.
- A realización de proxectos significativos para o alumnado e a resolución colaborativa de problemas, reforzando a autoestima, a autonomía, a reflexión e a responsabilidade.
- A énfase na atención á diversidade do alumnado, na atención individualizada, na prevención das dificultades de aprendizaxe e na posta en práctica de mecanismos de reforzo tan pronto como se detecten estas dificultades.
- O uso de estratexias para traballar transversalmente a comprensión lectora, a expresión oral e escrita, a comunicación audiovisual, a competencia dixital, a igualdade de xénero, o fomento da creatividade, do espírito científico e do emprendemento.
- A utilización dun enfoque teórico-práctico a través dunha proposta de modelo de negocio que permita abordar os distintos bloques de contido, poñelos en práctica e avaliar a súa viabilidade.
- O debate de cuestións relativas á responsabilidade social corporativa, a inclusión ou o papel das mulleres emprendedora e a promoción entre as mulleres de negocios con bases diferentes aos do sector servizos.
- A énfase en que o alumnado se converta no verdadeiro protagonista do proceso de toma de decisións, investigando para dispoñer da información necesaria que lle permita redactar e comunicar un plan básico de empresa.



## 7.- Manual recomendado no proceso de ensino e aprendizaxe:

ECONOMÍA DE LA EMPRESA - 2º DE BACHILLERATO

Alberto Pérez César

GaliNova Editorial, S. L.

Edición 2015 (C 1712 - 2015)

ISBN: 978 - 84 - 9737 - 253 - 4.

