

EMPRESA Y DISEÑO DE MODELOS DE NEGOCIO 2º BACHILLERATO (LOMLOE)

PROFESOR: FRANCISCO J. PÉREZ CARRERA

1. INTRODUCCIÓN

Esta materia de modalidad está planteada para el segundo curso del Bachillerato de Humanidades y Ciencias Sociales y persigue dos objetivos: aproximar al alumnado al conocimiento de la empresa como catalizador del desarrollo económico, destacando la innovación como un aspecto fundamental de la actividad empresarial e integrando los valores propios de la responsabilidad social corporativa; y fomentar una cultura emprendedora que potencie la creatividad y el espíritu de innovación, la reflexión crítica y la toma de decisiones fundamentadas para diseñar un modelo de negocio y analizar su posible viabilidad.

2. LIBRO DE TEXTO

Durante el presente curso se utilizará el texto Empresa y Diseño de Modelos de Negocio, de la editorial Editex, de los autores Paloma Martín Martínez y María del Valle Físico Muñoz, con ISBN 978-84-1134-494-4

3. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Competencia específica 1. Analizar la actividad empresarial y emprendedora, reconociendo el poder de transformación que ejercen en la sociedad y reflexionando sobre el valor de la innovación y la digitalización en este proceso, para comprender el papel que desempeñan dentro del funcionamiento global de la economía actual. Entender la realidad desde una perspectiva económica es fundamental para comprender mejor nuestra sociedad, por eso es importante para el alumnado conocer el papel que las personas emprendedoras y las empresas tienen como elementos transformadores del contexto actual, el cual se caracteriza por su gran dinamismo y por la rápida incorporación de las nuevas tecnologías y sus múltiples aplicaciones. Todo ello está cambiando no solo la estructura productiva global, sino, también, la estructura económica y la sociedad en su conjunto, lo cual convierte la innovación en un elemento crucial para cualquier empresa. Si el alumnado es capaz de comprender lo que ocurre a su alrededor podrá tomar decisiones que le permitan mejorar tanto su vida como la sociedad en la que se integra. Esta competencia específica se conecta con los siguientes descriptores: CCL2, CD2, CD5, CPSAA1.2, CPSAA4, CC1, CE1, CE2.

Competencia específica 2. Investigar el entorno económico y social y su influencia en la actividad empresarial, analizando las interrelaciones empresas-entorno e

identificando estrategias viables que partan de los criterios de responsabilidad social corporativa, de la igualdad y la inclusión, para valorar la capacidad de adaptación de las empresas. El análisis de la realidad desde una perspectiva económica y social permite que el alumnado tome conciencia, por un lado, de los efectos del entorno sobre la empresa, y, por otro, de las consecuencias del funcionamiento empresarial sobre la propia sociedad o el ambiente, entre otros aspectos. Las empresas no son organizaciones ajenas a lo que sucede en la sociedad, por ello es imprescindible comprender cómo los elementos, tanto del entorno general como del específico, van a influir en las decisiones que adopten. Despertar la curiosidad y tener una visión abierta sobre la realidad es el punto de partida para la investigación del entorno socioeconómico. Este conocimiento permitirá al alumnado identificar problemas a resolver y proponer soluciones empresariales que incrementen el bienestar social considerando que estas soluciones pueden producir agotamiento de recursos, precariedad, desigualdad y otros desajustes. Por ello es fundamental que el alumnado sepa valorar el esfuerzo que realizan las empresas al alinear sus objetivos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), integrando la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), contribuyendo así a disminuir estos desajustes y siendo capaz de generar una propuesta de valor orientada a alcanzar una sociedad más equitativa y sostenible, sin dejar por ello de adaptarse con rapidez al entorno y a las necesidades de las y los consumidores. Esta competencia específica se conecta con los siguientes descriptores: CCL2, CCL3, STEM4, CD1, CPSAA2, CPSAA5, CC4, CE1. Criterios de evaluación 2.1. Valorar la capacidad de adaptación ágil, responsable y sostenible de las empresas a los cambios del entorno y a las exigencias del mercado investigando el entorno económico y social y su influencia en la actividad empresarial. 2.2. Conocer los distintos tipos de empresa, sus elementos y funciones, así como las formas jurídicas que adoptan, relacionando con cada una de ellas las responsabilidades legales de quien ostenta la propiedad y las gestiona y las exigencias de capital. 2.3. Identificar y analizar las características del entorno en el que la empresa desarrolla su actividad, explicando, a partir de ellas, las distintas estrategias y decisiones adoptadas y las posibles implicaciones sociales y medioambientales de su actividad.

Competencia específica 3. Reconocer y comprender modelos de negocio actuales comparándolos con otros modelos tradicionales y aplicando estrategias y herramientas que faciliten el diseño creativo para proponer modelos de negocio que aporten valor, permitan satisfacer necesidades y contribuir al bienestar económico y social. En la actualidad las empresas, desde las más tradicionales hasta las más tecnológicas conviven en entornos dinámicos. Estos se caracterizan por la rapidez con la que suceden los cambios y la complejidad de los problemas a afrontar, lo que genera una enorme incertidumbre sobre el futuro, y provoca un gran impacto en las decisiones estratégicas de las empresas. Los nuevos modelos de negocio como, por ejemplo, long

tail, freemium, multiplataforma y app, permiten que las empresas se enfrenten a estos entornos y actúen con agilidad. El alumnado debe conocer estos modelos y ser capaz de proponer y diseñar otros nuevos con creatividad y espíritu innovador. Para generar modelos de negocio se propone el uso de la herramienta del lienzo CANVAS, con la que el alumnado elaborará su propuesta de valor, pero también las actividades, los recursos y las asociaciones clave, así como los canales y las relaciones con clientes, la estructura de costes y las fuentes de ingresos. Junto a esta herramienta pueden trabajarse otras complementarias, como, por ejemplo, el mapa de empatía de clientes y el pensamiento visual entre otras. Las empresas en la actualidad plantean como objetivos la generación de riqueza y, a la vez, la innovación y el afán de mejora continua y de adaptación al entorno, pero también satisfacer las necesidades e incrementar el bienestar social. Es necesario que el alumnado entienda que esta dualidad es complementaria desde el punto de vista empresarial. Esta competencia específica se conecta con los siguientes descriptores: CCL2, CCL3, STEM2, STEM4, CPSAA4, CC3, CE1. Criterios de evaluación 3.1. Proponer un modelo de negocio o de gestión diferenciado que permita dar respuesta a las necesidades actuales, comparando distintos modelos y utilizando estrategias y herramientas de diseño creativo. 3.2. Analizar las características organizativas y funcionales de la empresa, estudiando a partir de ellas, las decisiones de planificación, gestión y optimización de actividades, recursos y asociaciones clave del modelo de negocio. 3.3. Analizar y tomar decisiones sobre los procesos productivos desde la perspectiva de la eficiencia y la productividad, definiendo el soporte necesario para hacer realidad el modelo de negocio. 3.4. Analizar las características del mercado y explicar, de acuerdo con ellas, la propuesta de valor, canales, relaciones con clientes y fuentes de ingresos de un modelo de negocio.

Competencia específica 4. Valorar y seleccionar estrategias comunicativas de aplicación al mundo empresarial, utilizando nuevas fórmulas y obteniendo la información que se genera tanto en el ámbito interno como externo de la empresa, para gestionar eficazmente la información necesaria en el proceso de toma de decisiones y su correcta transmisión. La obtención de información en cualquier proceso de decisión y la comunicación eficaz es esencial para lograr objetivos en cualquier ámbito. De manera concreta, se observa en el ámbito empresarial donde el flujo de información es utilizado tanto por la empresa como por el resto de agentes que se relacionan con la misma. Todo esto se lleva a cabo a través del uso de estrategias comunicativas aplicables al mundo empresarial y muy ligadas a las nuevas tecnologías. Relacionado con lo anterior, el alumnado debe conocer estrategias de comunicación eficaces y ágiles en la gestión e intercambio de información entre la empresa y los agentes de su entorno, y saber aplicar diferentes herramientas comunicativas como la narración de historias o storytelling y el discurso en el ascensor o elevator pitch. En

este proceso es esencial que el alumnado desarrolle una actitud cooperativa y respetuosa en su manera de comunicarse, aprenda a argumentar, a escuchar y a transmitir de forma eficaz lo que pretende dar a conocer. Por último, la globalización económica propia del siglo XXI implica que las empresas estén cada día más internacionalizadas y se comuniquen con mayor frecuencia utilizando otras lenguas. Para ello es fundamental que el alumnado aprenda y ejercite el uso de distintas lenguas para comunicarse con corrección y autonomía en diferentes situaciones. Esta competencia específica se conecta con los siguientes descriptores: CCL1, CCL3, CP1, CP2, CD3, CPSAA4, CE2. Criterios de evaluación 4.1. Gestionar eficazmente la información y facilitar el proceso de toma de decisiones a partir de la información obtenida tanto en el ámbito interno como externo de la empresa y aplicando estrategias y nuevas fórmulas comunicativas. 4.2. Seleccionar estrategias de comunicación aplicadas al mundo empresarial, utilizando nuevas fórmulas comunicativas que faciliten la gestión eficaz de la información y la transmisión de la misma a otras personas. 4.3. Exponer el proyecto de modelo de negocio llevado a cabo utilizando las herramientas necesarias que permitan despertar el interés y cautivar a las demás personas con la propuesta de valor presentada.

Competencia específica 5. Realizar el análisis previsional del modelo de negocio diseñado, aplicando las herramientas de análisis empresarial necesarias para comprender todo el proceso llevado a cabo y validar la propuesta del modelo de negocio. Las distintas herramientas de análisis empresarial aplicadas en diferentes momentos del proceso permiten obtener información para validar la propuesta del modelo de negocio. La validación se ha de hacer en un escenario simulado concreto ofreciendo al alumnado una visión global de todo el proceso y, al mismo tiempo, permitiendo la rectificación o el replanteamiento de cualquier decisión adoptada hasta el momento. Toda la información obtenida, las decisiones tomadas, incluyendo la justificación de las mismas, y los resultados de las herramientas de análisis utilizadas suponen la base para que el alumnado confeccione un plan de negocio básico. De este modo, el objetivo va encaminado a que el alumnado empatice y se ponga en lugar de la persona emprendedora, adquiera una perspectiva integral de todo el proceso llevado a cabo y aprenda tanto de los aciertos como de los errores. Esta competencia específica se conecta con los siguientes descriptores: CD2, CD3, CPSAA1.1, CPSAA5, CE1, CE2, CE3. Criterios de evaluación 5.1. Validar la propuesta de modelo de negocio diseñado dentro de un contexto determinado, definiéndolo a partir de las tendencias clave del momento, la situación macroeconómica, el mercado y la competencia, comprendiendo todo el proceso llevado a cabo y aplicando técnicas de estudio previsional y herramientas de análisis empresarial. 5.2. Determinar previsionalmente la estructura de ingresos y costes, calculando su beneficio y umbral de rentabilidad, a partir del modelo de negocio planteado. 5.3. Elaborar un plan de negocio básico sobre

un escenario simulado concreto, justificando las decisiones tomadas. 5.4. Analizar y explicar la situación económico-financiera, a partir de la información recogida tanto en el balance como en la cuenta de pérdidas y ganancias, e indicando las posibles soluciones a los desequilibrios encontrados.

4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN.

1.1. Comprender la importancia de la actividad empresarial y el emprendimiento dentro de la economía actual, reconociendo el poder de transformación que ejercen en la sociedad y reflexionando sobre el valor la innovación y la digitalización.

1.2. Analizar el papel de la I+D+I en el desarrollo social y empresarial, identificando nuevas tendencias y tecnologías que tienen un alto impacto en la economía

2.1. Valorar la capacidad de adaptación ágil, responsable y sostenible de las empresas a los cambios del entorno y a las exigencias del mercado investigando el entorno económico y social y su influencia en la actividad empresarial.

2.2. Conocer los distintos tipos de empresa, sus elementos y funciones, así como las formas jurídicas que adoptan, relacionando con cada una de ellas las responsabilidades legales de sus propietarios y gestores y las exigencias de capital.

2.3. Identificar y analizar las características del entorno en el que la empresa desarrolla su actividad, explicando, a partir de ellas, las distintas estrategias y decisiones adoptadas y las posibles implicaciones sociales y medioambientales de su actividad.

3.1. Proponer un modelo de negocio o de gestión diferenciado que permita dar respuesta a las necesidades actuales, comparando distintos modelos y utilizando estrategias y herramientas de diseño creativo.

3.2. Analizar las características organizativas y funcionales de la empresa, analizando a partir de ellas, las decisiones de planificación, gestión y optimización de actividades, recursos y asociaciones clave del modelo de negocio.

3.3. Analizar y tomar decisiones sobre los procesos productivos desde la perspectiva de la eficiencia y la productividad, definiendo el soporte necesario para hacer realidad el modelo de negocio.

3.4. Analizar las características del mercado y explicar, de acuerdo con ellas, la propuesta de valor, canales, relaciones con clientes y fuentes de ingresos del modelo de negocio.

4.1. Gestionar eficazmente la información y facilitar el proceso de toma de decisiones a partir de la información obtenida tanto en el ámbito interno como externo de la empresa y aplicando estrategias y nuevas fórmulas comunicativas.

4.2. Seleccionar estrategias de comunicación aplicadas al mundo empresarial, utilizando nuevas fórmulas comunicativas que faciliten la gestión eficaz de la información y la transmisión de la misma a otros.

4.3. Exponer el proyecto de modelo de negocio llevado a cabo utilizando las herramientas necesarias que permitan despertar el interés y cautivar a los demás con la propuesta de valor presentada.

5.1. Validar la propuesta de modelo de negocio diseñado dentro de un contexto determinado, definiéndolo a partir de las tendencias clave del momento, la situación macroeconómica, el mercado y la competencia, comprendiendo todo el proceso llevado a cabo y aplicando técnicas de estudio previsional y herramientas de análisis empresarial.

5.2. Determinar previsionalmente la estructura de ingresos y costes, calculando su beneficio y umbral de rentabilidad, a partir del modelo de negocio planteado.

5.3. Elaborar un plan de negocio básico sobre un escenario simulado concreto, justificando las decisiones tomadas.

5.4. Analizar y explicar la situación económico-financiera, a partir de la información recogida tanto en el balance como en la cuenta de pérdidas y ganancias e indicando las posibles soluciones a los desequilibrios encontrados.

5. SABERES BÁSICOS

A. LA EMPRESA Y SU ENTORNO

1. El empresario o la empresaria. Perfiles.
2. La empresa. Clasificación. Localización y dimensión de la empresa. Marco jurídico que regula la actividad empresarial.
3. El entorno empresarial. Responsabilidad social corporativa. Mujer y emprendimiento. Inclusión y emprendimiento.
4. Empresa, digitalización e innovación. I+D+I. Teorías de la innovación. Tipos de innovación. Tendencias emergentes. Estrategias de innovación.

B. EL MODELO DE NEGOCIO Y DE GESTIÓN

1. Empresa y modelo de negocio.
2. La función comercial. Segmento de clientes. La propuesta de valor. Canales. Relaciones con clientes. Fuentes de ingresos. Estrategias de marketing.
3. La función productiva. Proceso productivo. Eficiencia y productividad. Actividades clave. Recursos clave. Asociaciones clave. Estructura de costes: clasificación y cálculo de costes.
4. La gestión de los recursos humanos. Formación y funcionamiento de equipos ágiles. Habilidades que demanda el mercado de trabajo. La contratación y las relaciones laborales de la empresa. Las políticas de igualdad y de inclusión en las empresas.

5. La función financiera. Estructura económica y financiera. Inversión. Valoración y selección de inversiones. Recursos financieros. Análisis de fuentes alternativas de financiación interna y externa.
6. La información en la empresa: obligaciones contables. Composición y valoración del patrimonio. Cuentas anuales e imagen fiel. Elaboración de balance y cuenta de pérdidas y ganancias.

C. HERRAMIENTAS PARA INNOVAR EN MODELOS DE NEGOCIO Y DE GESTIÓN

1. El lienzo de modelo de negocio y de gestión: concepto, áreas, bloques, utilidad y patrones de modelos de negocio.
2. El punto de vista de los clientes: mapa de empatía.
3. La creatividad aplicada al diseño de modelo de negocio y de gestión. El proceso de creatividad: divergencia y convergencia. Dinámicas de generación de nuevas ideas de modelos de negocio.
4. La competencia y los nichos de mercado.
5. Las herramientas de organización de ideas: Pensamiento Visual o Visual Thinking. Capacidad de síntesis. Ideación. Comunicación.
6. El prototipado: concepto y utilidad. Posibilidades de prototipado: bienes, servicios y aplicaciones.
7. Las herramientas de presentación de un proyecto o de una idea. Metodología: narración de historias o storytelling y el discurso en el ascensor o elevator pitch. Otras metodologías.
8. Los escenarios: exploración de ideas, escenarios futuros y nuevos modelos de negocio.
9. Otras herramientas para innovar en modelos de negocio y de gestión.

D. ESTRATEGIA EMPRESARIAL Y MÉTODOS DE ANÁLISIS DE LA REALIDAD EMPRESARIAL: ESTUDIO DE CASOS Y SIMULACIÓN

1. El entorno del modelo de negocio. Previsión: tendencias clave. Macroeconomía: variables macroeconómicas. Competencia: fuerzas competitivas.
2. La evaluación previa de modelos de negocio: análisis DAFO, análisis previsional de ingresos y costes y el umbral de rentabilidad.
3. La validación del modelo de negocio. Lean Startup. Desarrollo de clientes. Desarrollo de producto ágil.
4. La protección de la idea, del producto y de la marca.
5. La toma de decisiones. Estrategias. Simulación en hoja de cálculo. Redacción de un plan de negocios básico. El análisis de resultados: estudio de mercado, análisis e interpretación de la información contable.

6. TEMPORALIZACIÓN

TRIMESTRE	Nº	TITULO	HORAS
PRIMERO	1	LA EMPRESA Y EL EMPRENDEDOR	8
PRIMERO	2	LOCALIZACIÓN EMPRESARIAL Y MULTINACIONALES	8
PRIMERO	3	EL ENTORNO EMPRESARIAL	8
PRIMERO	4	DIRECCIÓN DE LA EMPRESA Y GESTIÓN DE RRHH	10
PRIMERO	5	LA FUNCIÓN COMERCIAL DE LA EMPRESA	9
PRIMERO	6	LA FUNCIÓN PRODUCTIVA DE LA EMPRESA	9
SEGUNDO	7	LA FUNCIÓN FINANCIERA DE LA EMPRESA	10
SEGUNDO	8	INFORMACIÓN EN LA EMPRESA: CONTABILIDAD	10
SEGUNDO	9	ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO	10
SEGUNDO	10	MODELO DE NEGOCIO, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN	9
SEGUNDO	11	IMPORTANCIA DE LOS CLIENTES Y ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	8
TERCERO	12	ORGANIZACIÓN DE IDEAS, PROTOTIPADO	9
TERCERO	13	EVALUACIÓN PREVIA DEL MODELO	9
TERCERO	14	VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO	9
TERCERO	15	PRESENTACIÓN DEL PROYECTO	9

7. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN, PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN VINCULADOS A LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN	INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN
C.E.1 16,13%	C.E. 1.1	9,68%	Observación sistemática del alumnado.	Actividades evaluables. Pruebas
	C.E. 1.2	6,45%		

			Análisis y revisión de las producciones del alumnado. Realización de pruebas objetivas. Coevaluación. Autoevaluación	objetivas.
C.E. 2 12,91%	C.E. 2.1	3,23%	Observación sistemática del alumnado. Análisis y revisión de las producciones del alumnado. Realización de pruebas objetivas. Coevaluación. Autoevaluación	Actividades evaluables. Pruebas objetivas.
	C.E. 2.2	3,23%		
	C.E. 2.3	6,45%		
C.E. 3 19,36%	C.E. 3.1	3,23%	Observación sistemática del alumnado. Análisis y revisión de las producciones del alumnado. Realización de pruebas objetivas. Coevaluación. Autoevaluación	Actividades evaluables. Pruebas objetivas.
	C.E. 3.2	6,45%		
	C.E. 3.3	6,45%		
	C.E. 3.4	3,23%		
C.E. 4 29,03%	C.E. 4.1	12,90%	Observación sistemática del alumnado. Análisis y revisión de las producciones del alumnado. Realización de pruebas objetivas. Coevaluación. Autoevaluación	Actividades evaluables. Pruebas objetivas.
	C.E. 4.2	12,90%		
	C.E. 4.3	3,23%		

C.E. 5 22,58%	C.E. 5.1	6,45%	Observación sistemática del alumnado. Análisis y revisión de las producciones del alumnado. Realización de pruebas objetivas. Coevaluación. Autoevaluación	Actividades evaluables. Pruebas objetivas.
	C.E. 5.2	6,45%		
	C.E. 5.3	6,45%		
	C.E. 5.4	3,23%		

8. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

A continuación, se describen los criterios de calificación aplicables a la evaluación parcial y a la final.

8.1 EVALUACIÓN PARCIAL.

Para superar la evaluación parcial la suma ponderada de las notas de los tres apartados anteriores deberá ser igual o superior a 5 puntos.

En caso de que el alumnado no se presentara a alguna prueba escrita (o su correspondiente recuperación), sólo si dicha falta es justificada mediante justificante médico o por cualquier otro medio o método que el docente considere fiable, y en el menor tiempo posible, entonces, bien se le realizará una prueba escrita en la clase de economía cuando el resto del alumnado realice actividades o en otro momento de forma individual o bien la nota de evaluación le será calculada sin tener en cuenta dicha prueba.

El alumnado con **baja médica prolongada** con imposibilidad de realizar las pruebas en el centro, y esté **adscrito a aulas hospitalarias**, se le **facilitará la realización de las mismas o se le realizará un plan de actividades personalizado**. En este último caso, se le evaluará a través de un único instrumento de evaluación: **su cuaderno**. Éste deberá ser corregido en función de criterios específicos como son la adecuación de la respuesta, presentación, organización, ortografía y expresión sintáctica y cumplimiento de plazos de entrega. En cualquiera de los casos, se acordará con Jefatura de Estudios la manera que se considere procedente o en su caso establezcan las normas.

Cuando la ausencia a los controles o exámenes no fuera debidamente justificada a criterio del profesor, su nota de evaluación le será calculada considerando que en dicha prueba obtuvo la calificación mínima.

Asimismo, tal y como aparece recogido en el IPEC, cabe destacar que el **alumnado que acumule un total de 15% o más faltas de asistencia a lo largo de la evaluación** no podrá ser evaluados conforme a los instrumentos y procedimientos reflejados anteriormente y recogidos en la programación docente. Si se diese esa situación, para superar la materia y obtener una calificación de suficiencia **deberá presentarse a una prueba escrita y presentar actividades o trabajos en un plazo acordado de antemano.**

8.2 EVALUACIÓN FINAL.

La calificación final en junio de la asignatura será la media de las calificaciones obtenidas en las evaluaciones trimestrales.

El alumnado supera la asignatura si obtiene al menos 5 puntos en la calificación final.

Dado que en las actas de evaluación aparece la calificación con un número entero. Si la parte fraccionaria de dicha calificación es igual o mayor que 0,5 la nota se redondeará hacia arriba (número entero superior). Cuando la parte fraccionaria sea menor que 0,5, la nota se redondeará hacia abajo (se suprimirán los decimales).

8.3 PROCEDIMIENTOS DE RECUPERACIÓN Y EVALUACIÓN DE PENDIENTES

Tras cada evaluación trimestral se realizará un único examen de recuperación (Prueba que no se realizará para la tercera evaluación dado el corto espacio de tiempo que media entre el examen de la tercera evaluación y la prueba final de junio).

El alumnado que no supere alguna evaluación deberá presentarse a un **examen final**, en el que deberán responder a cuestiones de la evaluación o evaluaciones pendientes. **Aquellos que, una vez realizado el examen final, hayan suspendido solamente una evaluación, se considerará aprobada si:**

1. La suma de las notas de las tres evaluaciones es superior a 15.
2. Ha suspendido la evaluación con una nota de 4 o superior.

Para el cálculo de la nota se procederá lo mismo que en las recuperaciones trimestrales.

Por su parte, el profesorado proporcionará al alumnado que tenga que recuperar la materia suspensa toda la información necesaria para poder superar satisfactoriamente la prueba escrita y/o las actividades o trabajos no realizados o suspensos, que realizará cuando se le indique y atenderá las dudas y problemas que puedan surgir, dentro del horario que tenga disponible.

Asimismo, el alumnado que, al finalizar el curso, no hubiese superado la **materia o alguna evaluación de la misma**, deberá presentarse a una prueba escrita en el mes de **mayo** que verse sobre los competencias no superadas, La prueba se establecerá de acuerdo con los criterios de evaluación recogidos en la programación.

Aquel **alumnado de 2º de bachillerato con la asignatura de “Economía” pendiente** será informado al inicio de curso, por el profesorado responsable de la asignatura, del plan establecido en la programación docente para superar dicha asignatura. Dicho plan consistirá en:

La realización de actividades encaminadas a preparar la realización de las pruebas escritas trimestrales: valoración 20%

La realización de pruebas o exámenes sobre los contenidos programados en la asignatura: valoración 80%

El alumnado que esté en esta situación tendrá opción a seguir el mismo calendario de exámenes que realice el alumnado que se encuentra en convocatoria ordinaria.

El alumnado que no supere la asignatura en junio, se le aplicarán en septiembre los mismos criterios de recuperación que se aplican al alumnado que cursa 1º de Bachillerato.