

PROGRAMACIÓ DIDÀCTICA

EMPRESA I DISSENY DE MODELS DE NEGOCI

2n de Batxillerat

CURS 2025-2026



Professora: Sílvia Brisa Valero

Taula de continguts

1. Introducció.....	3
2. Composició i organització del departament.....	4
3. Les competències específiques i els criteris d'avaluació de la matèria.....	4
4. Els sabers bàsics i la seva temporització.....	9
5. Processos i instruments d'avaluació i sistema de qualificació.....	12
6. Estratègies didàctiques i metodològiques.....	13
7. Actuacions generals d'atenció a les necessitats individuals.....	14
8. Concreció d'elements transversals.....	15
9. Activitats complementàries.....	16
10. Pla de seguiment als alumnes que no promocionen.....	16
11. Pla de recuperació de matèries pendents.....	16
12. Mecanisme de revisió, avaluació i modificació de les programacions didàctiques.....	16

1. Introducció

La present programació està elaborada seguint el decret 43/2025 d'1 d'agost, pel qual s'estableixen l'ordenació i el currículum del batxillerat a les Illes Balears.

La matèria d'Empresa i Disseny de Models de Negoci té com a finalitat que els alumnes estudiïn i analitzin les respostes als problemes que es plantegen en el si de les empreses i coneguin les seves noves formes d'administració i gestió, amb un enfocament actualitzat i, sobretot, adaptat a la realitat, considerant que la innovació és un factor clau de la seva activitat i que, en molts casos, en determina la supervivència. Tot això està d'acord amb el que s'exposa en la Recomanació del Consell de 22 de maig de 2018 relativa a les competències clau per a l'aprenentatge permanent, que recull que les persones han de comprendre l'economia i les oportunitats socials i econòmiques, com també les dificultats a les quals s'enfronta una empresa, una organització o la societat.

Aquesta matèria de modalitat està plantejada per al segon curs del batxillerat d'Humanitats i Ciències Socials i té dos objectius: aproximar els alumnes al coneixement de l'empresa com a catalitzador del desenvolupament econòmic, destacant la innovació com un aspecte fonamental de l'activitat empresarial i integrant els valors propis de la responsabilitat social corporativa; i fomentar la cultura emprenedora que potenciï la creativitat i l'esperit d'innovació, la reflexió crítica i la presa de decisions fonamentades per dissenyar un model de negoci i analitzar-ne la possible viabilitat.

La matèria parteix de l'adquisició de totes les competències clau per part dels alumnes en les etapes d'educació primària i educació secundària obligatòria, però, de manera particular, de la competència emprenedora, de la competència ciutadana i de la competència personal, social i d'aprendre a aprendre. Aquestes es complementen aportant, d'una banda, elements que permeten comprendre el funcionament de les empreses, les oportunitats socials i econòmiques, com també les dificultats a les quals s'enfronten amb altres elements relacionats amb la reflexió crítica i constructiva i la proposta de solucions a problemes i reptes contemporanis.

2. Composició i organització del departament

El departament compta amb una professora funcionària Sílvia Brisa Valero que al present curs escolar impartirà les següents matèries:

- Taller de consum responsable 3r ESO: un grup A/B/C/D/E.
- Formació i Orientació Personal i Professional (4^t d'ESO): un grup A/B/C/D.
- Economia i Emprenedoria (4^t d'ESO): dos grups A/B i C/D.
- Economia (1^r de Batxillerat): un grup A/B.
- Economia i disseny de models de negoci (2ⁿ de Batxillerat): un grup A/B.

El departament d'Economia és un subdepartament dins del departament de Matemàtiques que realitzarà les reunions de departament els dijous de 8:55h a 9:50h.

3. Les competències específiques i els criteris d'avaluació de la matèria

Les **competències específiques** són:

CE 1 Analitzar l'activitat empresarial i emprenedora, reconeixent el poder de transformació que exerceixen en la societat i reflexionant sobre el valor de la innovació i la digitalització en aquest procés, per comprendre el paper que exerceixen dins del funcionament global de l'economia actual.

CE 2 Investigar l'entorn econòmic i social i la seva influència en l'activitat empresarial, analitzant les interrelacions empreses-entorn i identificant estratègies viables que parteixin dels criteris de responsabilitat social corporativa, de la igualtat i la inclusió, per valorar la capacitat d'adaptació de les empreses.

CE 3 Reconèixer i comprendre models de negoci actuals comparant-los amb altres models tradicionals i aplicant estratègies i eines que facilitin el disseny creatiu per proposar models de negoci que aportin valor, permetin satisfer necessitats i contribuir al benestar econòmic i social.

CE 4 Valorar i seleccionar estratègies comunicatives d'aplicació al món empresarial, utilitzant noves fórmules i obtenint la informació que es genera tant en l'àmbit intern com extern de l'empresa, per gestionar eficaçment la informació necessària en el procés de presa de decisions i la transmissió correcta d'aquesta.

CE 5 Realitzar l'anàlisi de previsió del model de negoci dissenyat, aplicant les eines d'anàlisi empresarial necessàries per comprendre tot el procés dut a terme i validar la proposta del model de negoci.

Criteris d'avaluació:

Els criteris d'avaluació (CA) de cada una de les competències específiques (CE), juntament amb aclariments orientatius per desenvolupar-los.

CE 1 Analitzar l'activitat empresarial i emprenedora, reconèixer poder de transformació que exerceixen en la societat i reflexionar sobre el valor de la innovació i la digitalització en aquest procés, per comprendre el paper que exerceixen dins del funcionament global de l'economia actual.
CA 1.1 Comprendre la importància de l'activitat empresarial i l'emprenedoria dins de l'economia actual, reconèixer el poder de transformació que exerceixen en la societat i reflexionar sobre el valor de la innovació i la digitalització.
- Comprendre l'activitat de les empreses i de l'emprenedoria dins de l'economia actual, com a element dinamitzador i de progrés.
- Reconèixer el poder de transformació que exerceixen en la societat, creant valor per aquesta i per als seus ciutadans.
- Reflexionar sobre la importància per a la societat i per a l'empresa de l'activitat d'innovació i digitalització que hi duen a terme.
CA 1.2 Analitzar el paper de la I+D+I en el desenvolupament social i empresarial identificant noves tendències i tecnologies que tenen un alt impacte en l'economia.
- Valorar la importància de la I+D+I per continuar descobrint nous avenços que ajuden a millorar el paper de les empreses en la societat i apostar per la cerca d'un creixement sostenible que compleixi amb els Objectius de Desenvolupament Sostenible.
- Identificar noves tendències i tecnologies a tots els nivells (producció, gestió de magatzem, màrqueting, etc.) i l'impacte que tenen en l'empresa i en la societat.
CE 2 Investigar l'entorn econòmic i social i la seva influència en l'activitat empresarial, analitzant les interrelacions empreses-entorn i identificant estratègies viables que parteixin dels criteris de responsabilitat social corporativa, de la igualtat i la inclusió, per valorar la capacitat d'adaptació de les empreses.
CA 2.1 Valorar la capacitat d'adaptació àgil, responsable i sostenible de les empreses als canvis de l'entorn i a les exigències del mercat investigant l'entorn econòmic i social i la seva influència en l'activitat empresarial.
- Valorar la capacitat d'adaptació de les empreses a l'entorn microeconòmic i macroeconòmic,

donant respostes sostenibles, solidàries, viables i respectuoses amb el medi ambient.
- Analitzar les relacions entre empresa, societat i entorn, valorant els efectes tant positius com negatius.
CA 2.2 Conèixer els diferents tipus d'empresa, els seus elements i funcions, com també les formes jurídiques que adopten, relacionar-hi les responsabilitats legals dels propietaris i gestors i les exigències de capital.
- Conèixer els diferents tipus d'empreses atenent als diferents criteris de classificació: la naturalesa de la seva activitat, dimensió, tipus de mercat on operen, el seu caràcter públic o privat, etc.
- Conèixer els elements de les empreses i les seves funcions en aquestes.
- Distingir les diferents formes jurídiques de les empreses en funció de la responsabilitat legal que presenten els propietaris i gestors i les exigències de capital.
CA 2.3 Identificar i analitzar les característiques de l'entorn en el qual l'empresa desenvolupa la seva activitat explicant, a partir d'aquestes, les diferents estratègies i decisions adoptades i les possibles implicacions socials i mediambientals de la seva activitat.
- Analitzar els elements, tant de l'entorn general com de l'específic, en què l'empresa desenvolupa la seva activitat mitjançant l'ús de tècniques o eines clàssiques, com el DAFO.
- Valorar els diferents factors que determinen la decisió de localització.
- Identificar la dimensió de l'empresa i les estratègies de creixement intern i extern futures.
- Identificar les conseqüències del funcionament empresarial sobre la pròpia societat i el medi ambient, tenint en compte els Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS), mitjançant polítiques de Responsabilitat Social Corporativa (RSC) que serveixin per generar una proposta de valor que contribueixi a aconseguir una societat més equitativa i sostenible.

CE 3 Reconèixer i comprendre models de negoci actuals comparant-los amb altres models tradicionals i aplicant estratègies i eines que facilitin el disseny creatiu per proposar models de negoci que aportin valor, permetin satisfer necessitats i contribuir al benestar econòmic i social.
CA 3.1 Proposar un model de negoci o de gestió diferenciat que permeti donar resposta a les necessitats actuals, comparant diferents models i utilitzant estratègies i eines de disseny creatiu.
- Investigar el mercat, les tendències clau del moment i la situació macroeconòmica com a punt de partida per proposar idees emprenedores.
- Utilitzar estratègies i eines per dissenyar, amb iniciativa i creativitat, un model de negoci innovador a partir d'una proposta de valor.
- Comprendre i comparar els nous patrons de models de negoci que utilitzen les empreses actualment com a font inspiradora: llarga cua, de semipagament, multiplataforma o mòbil.
- Conèixer i emprar instruments que permetin elaborar models de negoci d'una manera innovadora, com ara el relat de marca, el pensament visual, l'estratègia de l'oceà blau o el

mapa d'empatia.
CA 3.2 Analitzar les característiques organitzatives i funcionals de l'empresa i analitzar, a partir d'aquestes, les decisions de planificació, gestió i optimització d'activitats, recursos i associacions clau del model de negoci.
- Identificar la funció de cada una de les àrees d'activitat de l'empresa: aprovisionament, producció i comercialització, inversió i finançament i recursos humans i administrativa, com també les seves interrelacions.
- Descriure l'estructura organitzativa, estil de direcció, canals d'informació i comunicació, grau de participació en la presa de decisions i organització informal de l'empresa.
- Analitzar les possibles aliances i associacions estratègiques del model de negoci.
CA 3.3 Analitzar i prendre decisions sobre els processos productius des de la perspectiva de l'eficiència i la productivitat i definir el suport necessari per fer realitat el model de negoci.
- Analitzar l'eficàcia i l'eficiència dels processos productius.
- Realitzar càlculs de la productivitat de diferents factors i del seu conjunt.
- Prendre decisions sobre els processos productius atenent a l'eficiència i productivitat desitjades.
- Identificar els recursos i suports necessaris per fer realitat el model de negoci.
CA 3.4 Analitzar les característiques del mercat i explicar, a partir d'aquestes, la proposta de valor, canals, relacions amb clients i fonts d'ingressos del model de negoci.
- Analitzar les característiques del mercat en funció de diferents variables com ara nombres de competidors, producte venut, condicions de la demanda (consumidors), tecnologia necessària i condicions d'accés.
- Analitzar les diferents fases i etapes de la investigació de mercats.
- Aplicar criteris i estratègies de segmentació de mercats.
- Valorar diferents estratègies de màrqueting.

CE 4 Valorar i seleccionar estratègies comunicatives d'aplicació al món empresarial, utilitzant noves fórmules i obtenint la informació que es genera tant en l'àmbit intern com extern de l'empresa, per gestionar eficaçment la informació necessària en el procés de presa de decisions i la transmissió correcta d'aquestes.
CA 4.1 Gestionar eficaçment la informació i facilitar el procés de presa de decisions a partir de la informació obtinguda tant en l'àmbit intern com extern de l'empresa i aplicar estratègies i noves fórmules comunicatives.
- Valorar la importància de la informació com a eina bàsica en la presa de decisions i gestionar-la de manera eficaç.
- Analitzar la informació interna i externa.

- Aplicar estratègies i noves fórmules comunicatives.
CA 4.2 Seleccionar estratègies de comunicació aplicades al món empresarial, utilitzant noves fórmules comunicatives que facilitin la gestió i la transmissió eficaç de la informació a altres persones.
- Identificar i seleccionar estratègies de comunicació eficaçes i àgils en la gestió i intercanvi d'informació entre l'empresa i els agents del seu entorn.
CA 4.3 Exposar el projecte de model de negoci dut a terme utilitzant les eines necessàries que permetin despertar l'interès i captivar els altres amb la proposta de valor presentada.
- Aplicar diferents eines comunicatives com la narració d'històries (narrativa de marca) o el discurs a l'ascensor en l'exposició del projecte de model de negoci.

CE 5 Realitzar l'anàlisi de previsió del model de negoci dissenyat, aplicant les eines d'anàlisi empresarial necessàries per comprendre tot el procés dut a terme i validar la proposta del model de negoci.
CA 5.1 Validar la proposta de model de negoci dissenyat dins d'un context determinat, definint-lo a partir de les tendències clau del moment, la situació macroeconòmica, el mercat i la competència, comprnent tot el procés dut a terme i aplicant tècniques d'estudi provisional i eines d'anàlisi empresarial.
- Avaluar la proposta de model de negoci dissenyat, contrastant-ne la viabilitat dins d'un context determinat.
- Definir el model de negoci, tenint en compte les tendències clau del moment, la situació macroeconòmica, el mercat i la competència.
- Analitzar tot el procés dut a terme i identificar i argumentar les decisions preses.
CA 5.2 Determinar provisionalment l'estructura d'ingressos i costos i calcular el benefici i l'indar de rendibilitat, a partir del model de negoci plantejat.
- Establir provisionalment l'estructura d'ingressos i costos del model de negoci plantejat, assegurant la coherència amb els objectius empresarials.
- Calcular el benefici esperat del model de negoci, considerant les estimacions d'ingressos i costos.
- Analitzar el l'indar de rendibilitat, interpretant els resultats obtinguts per determinar la viabilitat del projecte.
CA 5.3 Elaborar un pla de negoci bàsic sobre un escenari simulat concret i justificar les decisions preses.
CA 5.4 Analitzar i explicar la situació econòmica i financera, a partir de la informació recollida tant en el balanç com en el compte de pèrdues i guanys i indicar les possibles solucions als desequilibris trobats.

- Examinar la situació econòmica i financera utilitzant la informació proporcionada pel balanç i el compte de pèrdues i guanys.
- Interpretar les dades analitzades per identificar desequilibris econòmics i financers.
- Proposar possibles solucions per corregir els desequilibris detectats, basant-se en l'anàlisi prèvia.

4. Els sabers bàsics i la seva temporització

Es concreten a continuació els sabers bàsics organitzats en blocs.

A. L'EMPRESA I EL SEU ENTORN
- L'empresari. Perfils. La importància de l'emprenedor a la societat.
- L'empresa: concepte, elements, objectius i funcions. Classificació de les empreses des del punt de vista econòmic. Localització i dimensió de l'empresa. Les multinacionals. Creixement de l'empresa: intern i extern. Marc jurídic que regula l'activitat empresarial: Codi de Comerç i Llei sobre societats de capital.
- L'entorn empresarial. Responsabilitat social corporativa. Dona i emprenedoria. Inclusió i emprenedoria.
- L'empresa, digitalització i innovació. I+D+I. Teories de la innovació. Tipus d'innovació. Tendències emergents. Estratègies d'innovació.

B. EL MODEL DE NEGOCI I DE GESTIÓ
- Empresa i model de negoci. Planificació i organització de l'empresa.
- La funció comercial. Segment de clients. La proposta de valor. Canals. Relacions amb clients. Fonts d'ingressos. Elements del Màrqueting Mix. Estratègies de màrqueting. La digitalització de la funció comercial.
- La funció productiva. Procés productiu. Eficiència i productivitat. Activitats clau. Recursos clau. Associacions clau. Estructura de costs: classificació i càlcul de costs. Economies d'escala.
- La gestió dels recursos humans. Formació i funcionament d'equips àgils. Habilitats que exigeix el mercat de treball. La contractació i les relacions laborals de l'empresa. L'Estatut dels treballadors. Les polítiques d'igualtat i d'inclusió en les empreses. Elements bàsics de les nòmines.
- Lideratge i direcció de l'empresa. Divisió del treball i departamentalització de l'empresa. Organigrames i tipus d'organigrames.
- La funció financera. Estructura econòmica i financera. Inversió. Valoració i selecció

d'inversions. Valor Actual Net. Taxa Interna de Rendibilitat. *Pay-back* (termini de recuperació). Recursos financers. Anàlisi de fonts alternatives de finançament intern i extern. Instruments de finançament a curt i llarg termini. Autofinançament.

- La informació en l'empresa: obligacions comptables. Composició i valoració del patrimoni. Comptes anuals i imatge fidel. Elaboració de balanç i compte de pèrdues i guanys. Anàlisi de la situació patrimonial i la seva evolució.

C. EINES PER INNOVAR EN MODELS DE NEGOCI I DE GESTIÓ

- El llenç de model de negoci i de gestió: concepte, àrees, blocs, utilitat i patrons de models de negoci.

- El punt de vista dels clients: tipus de clients, anàlisi de les necessitats. Mapa d'empatia. Neuromàrqueting. Noves tendències en la promoció de productes.

- La creativitat aplicada al disseny de model de negoci i de gestió. El procés de creativitat: divergència i convergència. Dinàmiques de generació de noves idees de models de negoci.

- La competència i nínxols de mercat. Estratègies de segmentació. Posicionament en el mercat.

- Les eines d'organització d'idees: pensament visual. Capacitat de síntesi. Ideació. Comunicació. Presentació de la idea. Tipus de presentació.

- El prototipatge: concepte i utilitat. Possibilitats de prototipatge: béns, serveis i aplicacions.

- Les eines de presentació d'un projecte o d'una idea. Metodologia: narració d'històries i el discurs a l'ascensor. Altres metodologies.

- Els escenaris: exploració d'idees, escenaris futurs i nous models de negoci.

- Altres eines per innovar en models de negoci i de gestió.

D. ESTRATÈGIA EMPRESARIAL I MÈTODES D'ANÀLISI DE LA REALITAT EMPRESARIAL: ESTUDI DE CASOS I SIMULACIÓ

- L'entorn del model de negoci. Previsió: tendències clau, en especial a les Illes Balears. Macroeconomia: variables macroeconòmiques. Competència: anàlisi de les forces competitives de Porter.

- L'avaluació prèvia de models de negoci: anàlisi DAFO, anàlisi provisional d'ingressos i costos i el llindar de rendibilitat. Produir o comprar. Subcontractació de serveis per l'empresa.

- La validació del model de negoci. *Lean Startup*. Desenvolupament de clients. Desenvolupament de producte àgil.

- La protecció de la idea, del producte i de la marca. Oficina Espanyola de Patents i Marques (OEPM). Oficina Europea de Patents (OEP) i Organització Mundial de la Propietat Intel·lectual (OMPI)

- | |
|---|
| - La presa de decisions. Estratègies. Simulació en full de càlcul. Redacció d'un pla de negocis bàsic. |
| - L'anàlisi de resultats: estudi de mercat, anàlisi i interpretació de la informació comptable i anàlisi d'estats financers. Desequilibris patrimonials. Fons de maniobra. Ràtios financeres. |

Temporització:

Per dur a terme aquesta programació disposem de 4 sessions setmanals.

Les unitats de programació que es desenvoluparan al present curs escolar són:

Primera avaluació

- 1- L'economia i l'empresa.
- 2- L'emprenedoria.
- 3- L'organització a l'empresa.
- 4- A qui vendre? L'organització a l'empresa.

Segona Avaluació

- 5- Com produiré i amb qui? Funció de producció.
- 6- Com s'organitza el personal d'una empresa. La gestió de RRHH.
- 7- Com aconsegeix l'empresa els diners i a què els destina? Funció financera i d'inversió.
- 8- El patrimoni i els comptes anuals de l'empresa..

Tercera avaluació

- 9- La situació financera de l'empresa, L'anàlisi i la interpretació de la informació comptable.
- 10- La digitalització i els nous models de negoci.
- 11- La innovació en els models de negoci.
- 12- Què és el pla de negoci?

Les darreres sessions de la tercera avaluació es destinaran a la realització de proves de recuperació i activitats de repàs del continguts estudiats durant el curs.

5. Processos i instruments d'avaluació i sistema de qualificació

L'avaluació serà contínua i diversificada per obtenir una visió completa del progrés de l'alumnat.

S'utilitzaran diversos instruments, que inclouran proves escrites (de coneixements i d'aplicació pràctica), l'observació sistemàtica a l'aula (participació, treball en equip, actitud ...), la realització de treballs individuals i en grup i l'avaluació de les unitats de programació i situacions d'aprenentatge.

La qualificació de cada avaluació serà el resultat de ponderar els diferents instruments esmentats.

Per a avaluar a l'alumnat cal tenir en compte el següent:

- Es realitzaran un mínim de dues proves escrites per cada avaluació.

- La nota final de l'avaluació es calcularà de la següent forma:

1. **Proves objectives i treballs: 90%.** La falta d'assistència no justificada a un examen en la data fixada, no donarà dret a la realització de la prova en un altre moment i es puntuarà amb un 0.

2. **Activitats avaluables: 5%.** Si no es lliuren a la professora es puntuaran amb un 0.

3. **Treball diari, participació en classe i comportament: 5%.**

A més, a l'hora d'avaluar a l'alumnat es tindran en compte les faltes d'ortografia i la presentació. En tots els treballs, les activitats i les proves que lliuren els alumnes, serà fonamental l'ús d'una correcta expressió oral i/o escrita, escriure sense cometre faltes i una presentació adient de les feines i els treballs.

Es podrà **reduir fins a un 10%** de la qualificació d'una feina, treball o activitat per faltes d'ortografia (es permeten com a màxim 10 faltes), presentació, redacció, expressió, o l'ús de la terminologia no apropiada.

A més a més, es podrà **descomptar 1 punt per dia de retard** en el lliurament de treballs, feines i altres activitats.

La nota de l'avaluació serà el resultat de calcular els percentatges esmentats anteriorment. Per aprovar l'avaluació el resultat anterior haurà de ser com a mínim un 5.

La qualificació ordinària de la assignatura s'obtindrà calculant la mitjana aritmètica de les notes de cadascuna de les avaluacions. La nota mínima per a superar la matèria és d'un cinc.

Recuperacions:

Els alumnes amb una qualificació al final del trimestre inferior a 5, realitzaran un examen de recuperació després de cada avaluació.

L'alumnat haurà d'aprovar l'examen de recuperació amb una nota mínima de 5. En cas contrari, s'entén que no es recupera l'avaluació.

Si aquesta recuperació no es superada, l'alumne tindrà excepcionalment, la possibilitat, a final del curs, de fer un examen de recuperació de l'avaluació o avaluacions no aprovades.

L'alumnat que hagi obtingut una nota inferior a 5 en l'avaluació ordinària, haurà d'examinar-se a l'avaluació extraordinària de tots els continguts estudiats durant el curs.

6. Estratègies didàctiques i metodològiques

La metodologia de l'ensenyament de l'economia en el batxillerat ha de facilitar el treball autònom de l'alumnat, potenciar les tècniques d'indagació i investigació i les aplicacions i transferències d'allò que s'ha après a la vida real. És aconsellable l'ús d'una diversitat metodològica.

S'ha de partir del nivell de desenvolupament de l'alumnat. Les activitats educatives que es plantegen, s'han de situar entre allò que ja saben fer autònomament i allò que són capaços de fer amb l'ajuda del professorat o dels seus companys.

Construir aprenentatges significatius suposa dedicar temps a la preparació dels procediments adequats perquè l'alumnat arribi a assimilar els continguts treballats i no els obliidi amb facilitat. Es possibilitarà la realització per part de l'alumnat d'aquests aprenentatges significatius; és a dir, que siguin capaços d'aprendre a aprendre. Això suposa combinar activitats educatives estructurades i dirigides amb altres en les quals l'alumnat pugui prendre diferents tipus de decisions de la forma més autònoma possible: sobre els continguts que cal treballar, els recursos que cal seleccionar, etc.

Abans d'introduir nous continguts s'ha d'aclarir què sap l'alumnat en relació amb allò que es vol ensenyar. Molts de temes econòmics formen part del llenguatge habitual dels mitjans de comunicació: mercats, inflació, borsa, etc. i per tant no són desconeguts per a l'alumnat; ara bé, sovint els sol conèixer de forma imprecisa o de vegades errònia, sense capacitat d'establir relacions. Per aquest motiu, les activitats que comparen allò que l'alumne coneix amb problemes i situacions reals, constitueixen un recurs important i engrescador per a la construcció de nous aprenentatges significatius.

S'afavorirà el desenvolupament mental dels alumnes amb activitats suggeridores que tenguin necessitat de reflexionar, plantejar-se interrogants i prendre decisions.

La varietat de continguts i la diversitat de l'alumnat fa que sigui aconsellable utilitzar una àmplia gamma d'estratègies didàctiques, que combinin les de més pes expositiu amb les d'indagació, les quals hem explicat detalladament anteriorment.

Entre les activitats que es fan a l'aula, destaquem les següents: l'anàlisi de situacions i la resolució de problemes; la lectura crítica i raonada de textos de naturalesa econòmica; l'aprenentatge cooperatiu; l'argumentació i la participació en debats preparats prèviament; etc.

Per tot el comentat anteriorment, la metodologia més adient és una metodologia oberta i flexible: oberta en el sentit de permetre modificar la programació a mesura que es posa en pràctica i flexible per permetre adaptar l'ensenyament a les característiques i al ritme d'aprenentatge dels alumnes que componen l'aula (individualització), a fi d'incorporar- hi l'atenció a la diversitat.

Materials i recursos didàctics

El material de treball fonamental és el llibre de text de d'economia de l'editorial Mc Graw-Hill. En ell hi trobem els continguts teòrics i les activitats pràctiques per al procés educatiu amb un llenguatge assequible pels alumnes.

Els llibres de text constitueixen un material útil per a la pràctica educativa. Tanmateix, és convenient que es combinin amb altres materials de característiques distintes, com llibres de consulta, anuaris, publicacions especialitzades, etc.

Un altre recurs molt valuós són els materials de feina preparats per la professora: apunts, esquemes o mapes conceptuals, qüestionaris breus, casos pràctics, etc.

La premsa diària constitueix un altre recurs imprescindible per tractar els problemes econòmics d'actualitat amb els coneixements adquirits. La diversitat d'informacions que proporciona permet analitzar i contrastar enfocaments diferents o complementaris sobre els mateixos fets.

7. Actuacions generals d'atenció a les necessitats individuals

Cal donar respostes a les diferències individuals, en els estils d'aprenentatge, motivacions, interessos i dificultats de l'alumnat. Algunes de les mesures d'atenció a la diversitat aplicables les podem resumir en les següents :

- Distingir els continguts prioritaris dels continguts complementaris o d'ampliació.
- Adaptacions de les activitats a realitzar per l'alumnat: es plantejaran activitats de reforç i repàs per a l'alumnat que precisi una ajuda addicional per a la comprensió i superació de l'assignatura.
- Ús de materials didàctics alternatius.
- Canvis en la metodologia.

Per a l'alumnat que necessiti algun tipus de reforç, per tal de poder assolir els objectius i superar els criteris d'avaluació, hi ha proposades un seguit d'activitats que poden realitzar i lliurar a la professora.

Per a l'alumnat més avançat o d'altres capacitats intel·lectuals també hi ha plantejades un conjunt d'activitats de lliure elecció que poden realitzar i lliurar a la professora.

8. Concreció d'elements transversals

Els elements transversal que tractarem durant el curs són:

- Comprensió lectora: es fomentarà la lectura de textos a cada unitat de programació, així com la lectura de notícies d'actualitat econòmica i altres textos relacionats amb l'àmbit econòmic que es consideri adequats per a l'alumnat. A més, la comprensió lectora es treballa de manera constant a les classes mitjançant l'anàlisi de textos, gràfiques, documents i enunciats d'activitats que l'alumnat ha d'interpretar per poder extreure la informació rellevant i aplicar-la correctament.
- Expressió oral i escrita: es treballarà l'expressió oral i escrita com a eina fonamental per comunicar idees de manera clara, coherent i argumentada. L'alumnat desenvoluparà la seva capacitat d'expressar-se oralment on haurà de defensar punts de vista amb criteri i rigor. Paral·lelament, es fomentarà l'expressió escrita, entre altres, a través de la redacció de comentaris de text i de respostes argumentades a qüestions econòmiques, tot promovent l'ús d'un llenguatge adequat a la matèria.
- Comunicació audiovisual: es potenciarà l'ús de recursos audiovisuals com a suport per a la comprensió i anàlisi de conceptes econòmics. Es treballarà amb vídeos, presentacions multimèdia, etc. per reforçar els continguts i afavorir l'aprenentatge visual i crític.
- Tecnologies de la informació i la comunicació: es farà ús de la plataforma *Google Classroom* com a eina de comunicació i intercanvi d'informació entre el professorat i l'alumnat. Mitjançant aquest entorn virtual, es compartiran materials audiovisuals, es proposaran activitats, es resoldran dubtes i es fomentarà la participació activa de l'alumnat fora de l'aula.
- Esperit emprenedor: s'afavorirà l'adquisició de coneixements i competències per al desenvolupament d'iniciatives emprenedores (creativitat, autonomia, iniciativa, treball en equip, autoconfiança i el sentit crític) promovent el respecte a les figures d'empresari i emprenedor i a l'ètica empresarial. Al temps es fomentarà la cultura emprenedora.
- Educació emocional i en valors: l'estudi de l'Economia permet aprofundir en la comprensió de l'entorn proper i del context global en què vivim. A través de l'anàlisi de temes socials i econòmics, es fomentaran valors com la cooperació, la convivència i el respecte. Així mateix, es promourà que

l'alumnat expressi les seves opinions de manera raonada i respectuosa, especialment en debats i activitats col·laboratives, valorant la diversitat de punts de vista.

9. Activitats complementàries

Al present curs escolar el departament d'Economia no té previst la realització d'activitats complementàries.

No obstant això, s'estudiarà la possibilitat de dur a terme alguna activitat d'interès per l'alumnat que pugui organitzar alguna institució com la UIB, algun ajuntament de l'illa d'Eivissa, el Consell Insular, etc.

10. Pla de seguiment als alumnes que no promocionen

Pel que fa a l'alumnat que no promociona i torna a cursar la matèria del departament, la professora vetllarà per detectar i atendre qualsevol necessitat específica que pugui sorgir. Se'ls proporcionarà material de reforç adequat amb l'objectiu d'afavorir-ne el progrés acadèmic.

Si es considera necessari fer alguna adaptació individualitzada, es coordinarà l'actuació amb el Departament d'Orientació per tal d'ajustar les activitats i continguts a les necessitats educatives concretes de l'alumne/a.

11. Pla de recuperació de matèries pendents

Els alumnes que es troben en 2n de batxillerat i que tinguen la matèria d'economia de primer de batxillerat pendent, hauran de superar dos exàmens parcials que es realitzaran en el mes de gener i d' abril. Al mes de gener l'alumnat s'examinarà de la primera meitat del temari i al mes d'abril de la segona meitat del temari. En el cas de suspendre el primer parcial del mes de gener, l'alumne s'haurà d'examinar de tots els continguts al mes d'abril. Per preparar aquestes proves es recomana estudiar totes les unitats de programació treballades durant el curs de 1r de Batxillerat i utilitzar el llibre de text d'Economia de McGraw Hill, Anxo Penalonga Sweers .

12. Mecanisme de revisió, avaluació i modificació de les programacions didàctiques

Al llarg del curs, la planificació inicial pot experimentar ajustos en funció del desenvolupament real de les classes i les necessitats detectades. Aquestes revisions serveixen de referència per introduir millores en la programació.

Igualment, els instruments d'avaluació són objecte de revisió contínua, i poden ser modificats si es considera que no s'adeqüen als objectius d'aprenentatge o a les característiques de l'alumnat.