

GUÍA DOCENTE 2024-2025

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA:	Economía y Gestión de la Empresa Alimentaria		
PLAN ESTUDIOS:	DE	Grado en Ciencia y Tecnología de los Alimentos	
FACULTAD :	Facultad de Ciencias de la Salud		
CARÁCTER ASIGNATURA:	DE	LA	Obligatoria
ECTS:	6		
CURSO:	Tercero		
SEMESTRE:	Primero		
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:	EN	QUE	SE Castellano
PROFESORADO:	Dr. Juan Luis Vidal Mazón		
DIRECCIÓN DE ELECTRÓNICO:	DE	CORREO	juanluis.vidal@uneatlantico.es

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

REQUISITOS PREVIOS:
No aplica.
CONTENIDOS:
<ul style="list-style-type: none"> ● Tema 1. Introducción a la empresa. <ul style="list-style-type: none"> 1.1. Introducción al concepto de economía 1.2. Conceptos esenciales. 1.3. Clases de empresas. 1.4. La empresa desde el punto de vista macroeconómico. La creación de valor en la empresa.

- 1.5. Perspectiva histórica de la empresa moderna.
- 1.6. La naturaleza de la empresa. Del mercado a la jerarquía.
- Tema 2. El proceso de administración en la empresa. Conceptos básicos y cuestiones actuales.
 - 2.1. Concepto de propiedad, dirección y gobierno de empresa.
 - 2.2. La gestión de la cultura organizacional.
 - 2.3. La gestión de la globalización.
 - 2.4. La gestión de la diversidad.
- Tema 3. El proceso de dirección en la empresa. Las 4 funciones directivas.
 - 3.1. El proceso de planificación.
 - 3.2. Concepto de organización.
 - 3.3. La gestión de personas.
 - 3.4. El proceso de control.
- Tema 4. Estructura económica y financiera de la empresa. Parte I.
 - 4.1. Concepto de coste.
 - 4.2. Distinción entre gasto, coste, inversión y gasto.
 - 4.3. La estructura del coste.
 - 4.4. Las curvas de coste a largo plazo.
 - 4.5. Punto muerto o umbral de rentabilidad de la empresa.
 - 4.6. El Periodo Medio de Maduración.
 - 4.7. El fondo de maniobra.
 - 4.8. Concepto de inversión.
 - 4.9. El valor del dinero en el tiempo
 - 4.10. La evaluación de proyectos de inversión.
- Tema 5. Estructura económica y financiera de la empresa. Parte II.
 - 5.1. Coste de capital.
 - 5.2. El coste del capital ajeno o endeudamiento a largo plazo.
 - 5.3. El coste de la financiación ajena a corto plazo.
 - 5.4. El coste del capital en acciones.
 - 5.5. El coste de la autofinanciación.
 - 5.6. EL coste del capital medio ponderado.
 - 5.7. La medida de la rentabilidad.
 - 5.8. La medida del riesgo.
- Tema 6. Área comercial. El marketing dentro de la empresa.
 - 6.1. Introducción. Dimensiones del Marketing.
 - 6.2. El análisis externo.
 - 6.3. El análisis interno.

- 6.4. Diagnóstico de la situación.
- 6.5. El análisis DAFO.
- 6.6. Los objetivos estratégicos del Marketing.
- 6.7. Estrategia de cartera.
- 6.8. El enfoque STP.
- 6.9. Estrategia de fidelización.
- Tema 7. Responsabilidad social corporativa.
 - 7.1. Ética de los negocios.
 - 7.2. Sistemas éticos.
 - 7.3. Factores que influyen en la ética gerencial.
 - 7.4. Herramientas que potencian la ética.
 - 7.5. Grupos de interés.
 - 7.6. Responsabilidad social corporativa.
- Tema 8. La gestión de los recursos humanos.
 - 8.1. La gestión de los recursos humanos y la estrategia de negocio.
 - 8.2. Análisis de puestos de trabajo.
 - 8.3. La contratación.
 - 8.4. Manteniendo el talento a lo largo del tiempo: planificación de carreras.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS GENERALES:

Que los estudiantes sean capaces de:

- CG1 - Organizar y planificar adecuadamente el trabajo personal, analizando y sintetizando de forma operativa todos los conocimientos necesarios para el ejercicio profesional del científico y tecnólogo de los alimentos.
- CG2 - Aplicar sus conocimientos, la comprensión de estos y sus capacidades de resolución de problemas en el ámbito de la ciencia y la tecnología de los alimentos, mediante argumentos o procedimientos elaborados y sustentados por ellos mismos.
- CG3 - Desenvolverse en situaciones complejas o que requieran el desarrollo de nuevas soluciones tanto en el ámbito académico como laboral o profesional en el campo de la ciencia y tecnología de los alimentos.
- CG4 - Identificar sus propias necesidades formativas en el área de la ciencia y tecnología de los alimentos y de organizar su propio aprendizaje con un alto grado de autonomía en todo tipo de contextos que puedan surgir en el estudio de la ciencia y la tecnología de los alimentos.

- CG5 - Liderar proyectos colectivos en el sector de la ciencia y la tecnología de los alimentos valorando las opiniones e intereses de los diferentes integrantes del grupo.
- CG6 - Perseguir estándares de calidad en el ámbito de la ciencia y tecnología de los alimentos basados, principalmente, en un aprendizaje continuo e innovador.
- CG7 - Aplicar un razonamiento crítico y asumir y reflexionar sobre las críticas efectuadas hacia el propio ejercicio de la profesión de graduado en ciencia y tecnología de los alimentos.
- CG8 - Adoptar responsabilidades sobre los diversos compromisos y obligaciones éticas consustanciales a la función profesional como graduado en ciencia y tecnología de los alimentos considerando, especialmente, los principios democráticos en la relación con los demás.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

Que los estudiantes sean capaces de:

- CE35 - Entender y gestionar el entorno económico de las empresas alimentarias desde un enfoque microeconómico y macroeconómico para obtener una mejora en la competitividad.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

En esta asignatura se espera que los alumnos alcancen los siguientes resultados de aprendizaje:

- Situar la industria agroalimentaria en un contexto macroeconómico.
- Conocer las características de los principales canales de distribución de los alimentos.
- Gestionar la comercialización de un producto de la industria alimentaria tanto desde un punto de vista nacional como internacional.
- Calcular los componentes microeconómicos básicos y más representativos de las empresas alimentarias.
- Establecer y desarrollar los componentes del marketing mix en el mercado agroalimentario.
- Interpretar los diferentes paneles de investigación de mercado y detectar necesidades del sector agroalimentario para innovar y aumentar la competitividad.
- Aceptar la gestión del cambio como algo inapelable dentro de entornos inestables y variables en que se desenvuelven las organizaciones.
- Describir los fundamentos de la planificación y la dirección estratégica en las organizaciones.
- Comprender el proceso estratégico de la dirección organizacional.

METODOLOGÍAS DOCENTES Y ACTIVIDADES FORMATIVAS

METODOLOGÍAS DOCENTES:

En esta asignatura se ponen en práctica diferentes metodologías docentes con el objetivo de que los alumnos puedan obtener los resultados de aprendizaje definidos anteriormente:

- Método expositivo
- Estudio y análisis de casos
- Resolución de ejercicios
- Aprendizaje basado en problemas
- Aprendizaje orientado a proyectos
- Aprendizaje cooperativo/trabajo en grupos
- Trabajo autónomo

ACTIVIDADES FORMATIVAS:

A partir de las metodologías docentes especificadas anteriormente, en esta asignatura, el alumno participará en las siguientes actividades formativas:

Actividades formativas		Horas
Actividades dirigidas	Clases expositivas	30
	Clases prácticas	14
	Seminarios y talleres	10
Actividades supervisadas	Supervisión de actividades	2
	Tutorías (individual / en grupo)	4
Actividades autónomas	Preparación de las actividades	20
	Estudio personal y lecturas	40
	Elaboración de trabajos	26
Actividades de evaluación	Actividades de evaluación	4

El primer día de clase, el profesor proporcionará información más detallada al respecto.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA:

En la convocatoria ordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

La calificación del instrumento de la evaluación final (tanto de la convocatoria ordinaria como de la extraordinaria, según corresponda) **no podrá ser inferior, en ningún caso, a 4,0 puntos** (escala 0 a 10) para aprobar la asignatura y consecuentemente poder realizar el cálculo de porcentajes en la calificación final.

	Actividades de evaluación	Ponderación
Evaluación continua	1 entrega de ejercicios/portafolios	10%
	2 pruebas parciales	30%
Evaluación final	1 prueba teórica/práctica final	60%

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

La convocatoria extraordinaria tendrá lugar durante el mes de julio (consúltese el calendario académico fijado por la universidad). Esta consistirá en la realización de una prueba teórica/práctica final con un valor del 60 % de la nota final de la asignatura. El resto de la nota se complementará con la calificación obtenida en la evaluación continua de la convocatoria ordinaria.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Las siguientes referencias son de consulta obligatoria:

- Kelly, M., & Williams, C. (2022). BUSN (12th ed.). Cengage Learning.
- Solomon, M. R., Poatsy, M. A., & Martin, K. (2018). Better Business. Pearson.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. K. (2021). Management (Global edition. Fifteenth edition). Pearson Education.
- Gorostegui, E. P. (2009). Casos prácticos de introducción a la economía de la empresa. Editorial Universitaria Ramón Areces.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Las siguientes referencias no se consideran de consulta obligatoria, pero su lectura es muy recomendable para aquellos estudiantes que quieran profundizar en los temas que se abordan en la asignatura.

- Krugman, P., & Wells, R. (2020). Microeconomics. MacMillan Learning
- Robbins P. Stephen, Mary Coulter, & David DeCenzo. (2017). Fundamentos de Administración (10.ª ed.). Pearson Educación.
- Gorostegui, E. P. (2014). Fundamentos de economía de la empresa. Ed. universitaria R. Areces.
- Iborra, J. M., Dasi Coscollar, A., Dolz, C., & Ferrer Ortega, C. (2014). Fundamentos de dirección de empresas. Conceptos y habilidades directivas. Ediciones Paraninfo, S.A.
- Sánchez, E. F. (2010). Administración de empresas: Un enfoque interdisciplinar. Editorial Paraninfo.
- Eslava, J. de J. (2010). Las claves del análisis económico-financiero de la empresa. ESIC Editorial.
- García, Á. C., & Ordás, C. J. V. (2008). Introducción a la administración de empresas. Editorial Aranzadi.

WEBS DE REFERENCIA:



- <https://hbr.org/>
- <http://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/>
- <http://www.businessinsider.com/>
- <http://www.forbes.com/management/>
- <http://www.marketingdirecto.com/>

OTRAS FUENTES DE CONSULTA:

-