

GUÍA DOCENTE 2021-2022

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA:	Economía y gestión de la empresa alimentaria
PLAN DE ESTUDIOS:	Grado en Ciencia y Tecnología de los Alimentos
FACULTAD:	Facultad de Ciencias de la Salud
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:	Obligatoria
ECTS:	6
CURSO:	Tercero
SEMESTRE:	Primero
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:	Castellano
PROFESORADO:	Juan Luis Vidal
DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:	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 Conceptos esenciales 1.2 Clases de empresas 1.3 La empresa desde el punto de vista macroeconómico. La creación de valor en la empresa 1.4 Perspectiva histórica de la moderna empresa 1.5 La naturaleza de la empresa. Del mercado a la jerarquía. • Tema 2. El proceso de dirección en la empresa – la planificación.

- 2.1 Concepto de propiedad, dirección y gobierno de empresa
- 2.2 El proceso de planificación.
- **Tema 3.** El proceso de dirección en la empresa – la organización, la gestión y el control.
 - 3.1 Concepto de organización
 - 3.2. La gestión de personas
 - 3.3. 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 pago
 - 4.3 La estructura del coste
 - 4.4 Las curvas de coste a corto 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 Los sistemas de información de la empresa – La investigación de mercados
 - 6.5 El análisis DAFO
 - 6.6 Matriz de posición competitiva
 - 6.7 Los objetivos estratégicos del Marketing
 - 6.8 Decisiones estratégicas corporativas
 - 6.9 Estrategia de cartera
 - 6.10 Estrategia de segmentación

- 6.11 Estrategia de posicionamiento
- 6.12 Estrategia de fidelización
- 6.13 Estrategias de Marketing Mix
- **Tema 7.** La ética empresarial: responsabilidad social corporativa.
 - 7.1 Ética en 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 función de recursos humanos en la empresa.
 - 8.1. Importancia estratégica
 - 8.2. Planificación
 - 8.3. Contratación
 - 8.4. Formación
 - 8.5. Compensación
 - 8.6. Diversidad en el entorno de trabajo

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
- 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	
Actividades dirigidas	Clases de teoría
	Clases de prácticas
	Seminarios y talleres
	Clases de problemas / Casos prácticos
Actividades supervisadas	Supervisión de actividades
	Tutorías (individual / en grupo)
	Presentación de trabajos
Actividades autónomas	Preparación de clases
	Estudio personal y lecturas
	Elaboración de trabajos
	Resolución de Problemas/Casos Prácticos
	Trabajo en campus virtual

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

SISTEMA DE EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA:

	Actividades de evaluación	Ponderación
Evaluación continua	2 Elaboración de trabajos	15%
	1 entrega de ejercicios/ portafolios	10%
	2 pruebas parciales	25%
Evaluación final	1 prueba teórico/práctica	50%

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.

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 teórico / práctica con un valor del 50% 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. (2018). BUSN11: Introduction to Business. Cengage South-Western.
- Solomon, M. R., Poatsy, M. A., & Martin, K. (2018). Better Business. Pearson.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. A. (2017). Management, Global Edition. Pearson Education Limited.
- 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. (2018). 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., DASÍ 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/>