

GUÍA DOCENTE 2020-2021

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA:	Calidad y Gestión de la Empresa Alimentaria
PLAN DE ESTUDIOS:	Grado en Nutrición Humana y Dietética
FACULTAD:	Facultad de Ciencias de la Salud
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:	Obligatoria
ECTS:	6
CURSO:	Tercero
SEMESTRE:	Primero
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:	Español
PROFESORADO:	Dr. Adolfo Blanco
DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:	Adolfo.blanco@uneatlantico.es

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

REQUISITOS PREVIOS:
No aplica.
CONTENIDOS:
<p>TEMA I INTRODUCCIÓN A LA EMPRESA</p> <p>1.1 Conceptos esenciales</p> <p> 1.1.1 El negocio</p> <p> 1.1.2 Los objetivos en la empresa</p> <p> 1.1.3 Los factores de producción de la empresa: recursos y capacidades</p> <p>1.2 Clases de empresas</p> <p>1.3 La empresa desde el punto de vista macroeconómico. La creación de valor en la empresa</p>

1.3.1 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.

1.5. 1 Los límites de la empresa

TEMA II – EL PROCESO DE DIRECCIÓN EN LA EMPRESA

2.1 Concepto de propiedad, dirección y gobierno de empresa

2.1.1 El empresario: enfoques.

2.1.2 Concepto de empresario

2.1.3 Funciones de la dirección

2.2 El proceso de planificación.

2.2.1 La planificación estratégica

2.2.2 Componentes de la estrategia

2.2.3 Niveles de la estrategia

2.2.4 Estrategia corporativa

2.2.5 La cartera de negocios

2.2.6 Estrategia competitiva

2.3 Concepto de organización

2.3.1 Elementos de la organización

2.3.2 Partes de la organización

2.3.3 El diseño organizativo

2.3.4 Flujos de información: Dirección y sentido.

2.3.5 Principales tipos de estructura organizativa

2.3.6 El principio de racionalidad limitada. Concepto de elección satisfactoria

2.4. La gestión de personas

2.4.1 La motivación humana

2.4.2 El proceso de motivación. La teoría de la expectativa de Vroom

2.4.3 El liderazgo en la empresa

2.4.4 Supuestos sobre la naturaleza humana: Teorías X e Y de McGregor

2.5. El proceso de control

2.5.1 Características y componentes del control

2.5.2 Control de resultados

TEMA III ESTRUCTURA ECONÓMICA Y FINANCIERA DE LA EMPRESA - Parte I

3.1 Concepto de coste

3.2 Distinción entre gasto, coste, inversión y pago

3.3 La estructura del coste

3.4 Las curvas de coste a corto plazo

- 3.4.1 Factores fijos y variables
- 3.4.2 Costes fijos y variables
- 3.4.3 Costes marginales
- 3.4.4 Costes medios
- 3.5 Punto muerto o umbral de rentabilidad de la empresa
- 3.6 El Periodo Medio de Maduración
- 3.7 El fondo de maniobra
 - 3.7.1 Método analítico para el cálculo del fondo de maniobra
- 3.8 Concepto de inversión
 - 3.8.1 Tipos de inversiones
- 3.9 El valor del dinero en el tiempo
- 3.10 La evaluación de proyectos de inversión
 - 3.10.1 Métodos estáticos
 - 3.10.2 Métodos dinámicos

- TEMA IV ESTRUCTURA ECONÓMICA Y FINANCIERA DE LA EMPRESA - Parte II
- 4.1 Coste de capital
 - 4.1.1 La importancia de conocer el coste de capital
- 4.2 El coste del capital ajeno o endeudamiento a largo plazo
 - 4.2.1 El efecto de los impuestos
 - 4.2.2 El efecto de la inflación
 - 4.2.3 El efecto de los impuestos y la inflación
- 4.3 El coste de la financiación ajena a corto plazo
 - 4.3.1 El coste del crédito comercial
 - 4.3.2 El efecto de los impuestos
- 4.4 El coste del capital en acciones
 - 4.4.1 El caso de dividendos constantes
 - 4.4.2 El caso de dividendos crecientes
- 4.5 El coste de la autofinanciación
- 4.6 El coste del capital medio ponderado
 - 4.6.1 La estructura financiera óptima
- 4.7 La medida de la rentabilidad
- 4.8 La medida del riesgo
 - 4.8.1 El apalancamiento operativo
 - 4.8.2 El apalancamiento financiero
 - 4.8.3 El apalancamiento total

TEMA 5- ÁREA COMERCIAL: EL MARKETING DENTRO DE LA EMPRESA

5.1 Introducción. Dimensiones del Marketing

5.1.1 Marketing operativo

5.1.2 Marketing estratégico

5.2 El análisis externo

5.3 El análisis interno

5.4 Los sistemas de información de la empresa – La investigación de mercados

5.4.1 Fuentes de información primaria

5.5 El análisis DAFO

5.6 Matriz de posición competitiva

5.7 Los objetivos estratégicos del Marketing

5.7.1 Objetivos de Marketing más comunes

5.8 Decisiones estratégicas corporativas

5.9 Estrategia de cartera

5.9.1 La matriz del Boston Consulting Group (Matriz BCG)

5.10 Estrategia de segmentación

5.10.1 Concepto de segmentación

5.10.2 Requisitos de la segmentación

5.10.3 Criterios para segmentar

5.10.4 Aplicación de la segmentación en el diseño de la estrategia de marketing

5.11 Estrategia de posicionamiento

5.12 Estrategia de fidelización

5.12.1 El Marketing Relacional

5.12.2 La gestión del valor percibido

5.13 Estrategias de Marketing Mix

5.13.1 Sobre productos

5.13.2 Sobre precios

5.13.3 Sobre distribución y fuerza de ventas

5.13.4 Sobre comunicación

TEMA 6- LA ÉTICA EMPRESARIAL: RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

6.1 Ética en los negocios

6.1.1 Desafío del relativismo

6.2 Sistemas éticos

6.2.1 Utilitarismo

6.2.2 Universalismo

6.2.3 Ética de la virtud

6.3 Factores que influyen en la ética gerencial

- 6.3.1 Características individuales
- 6.3.2 La organización
- 6.3.3 Intensidad del problema
- 6.3.4 La ley

6.4 Herramientas que potencian la ética

6.5 Grupos de interés

6.6 Responsabilidad social corporativa

- 6.6.1 ¿Por qué tener RSC en las empresas?

TEMA VII – LA FUNCIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN LA EMPRESA

7.1. Importancia estratégica

7.2. Planificación

- 7.2.1. Análisis de puestos de trabajo

7.3. Contratación

- 7.3.1. Reclutamiento
- 7.3.2. Selección

7.4. Formación

- 7.4.1. Coaching y mentoring

7.5. Compensación

- 7.5.1. Retribución directa
- 7.5.2. Retribución en especie
- 7.5.3. Retribución indirecta

7.6. Diversidad en el entorno de trabajo

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS GENERALES:

Que los estudiantes sean capaces de:

CG23 - Asesorar en el desarrollo, comercialización, etiquetado, comunicación y marketing de los productos alimenticios de acuerdo a las necesidades sociales, los conocimientos científicos y legislación vigente.

CG24 - Interpretar los informes y expedientes administrativos en relación a un producto alimentario e ingredientes.

CG25 - Participar en la gestión, organización y desarrollo de los servicios de alimentación.

CG1 - Reconocer los elementos esenciales de la profesión del Dietista-Nutricionista, incluyendo los principios éticos, responsabilidades legales y el ejercicio de la profesión, aplicando el principio de justicia social a la práctica profesional y desarrollándola con respeto a las personas, sus hábitos, creencias y culturas.

CG4 - Conocer los límites de la profesión y sus competencias, identificando cuando es necesario un tratamiento interdisciplinar o la derivación a otro profesional.

CG5 - Realizar la comunicación de manera efectiva, tanto de forma oral como escrita, con las personas, los profesionales de la salud o la industria y los medios de comunicación, sabiendo utilizar las tecnologías de la información y la comunicación especialmente las relacionadas con nutrición y hábitos de vida.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

Que los estudiantes sean capaces de:

CE22: Conocer los aspectos relacionados con la economía y gestión de las empresas alimentarias.

CE24: Participar en los equipos empresariales de marketing social, publicidad y alegaciones saludables.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

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

- Participar en el diseño, organización y gestión de los distintos servicios de la empresa alimentaria donde los conocimientos del dietista-nutricionista sean un valor añadido para la empresa.
- Conocer los aspectos relacionados con la economía en la industria alimentaria tanto desde un enfoque macroeconómico como desde la visión microeconómica.

- Conocer los aspectos relacionados con la gestión de las empresas alimentarias, así como desarrollar un DAFO sencillo de dichas empresas.
- Asesorar técnicamente y científicamente sobre las posibilidades de desarrollar productos nuevos que ayuden a satisfacer las necesidades de los consumidores.
- Resumir los puntos más importantes de la normativa ISO y otros protocolos que ayudan a la gestión de la calidad como el BRC y el IFS.

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 Cooperativo / Trabajo en Grupo
- 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 expositivas
	Clases prácticas
Actividades supervisadas	Supervisión de actividades
Actividades autónomas	Preparación de clases
	Estudio personal y lecturas
	Elaboración de trabajos
	Trabajo individual en campus virtual

El primer día de clase, se 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:

Actividades de evaluación		Ponderación
Evaluación continua	1 Elaboración y Exposición de Trabajos	10%
	2 Entregas de Ejercicios/Portfolios	15%
	2 Prueba Parcial	25%
Evaluación final	1 Prueba Teórico/Práctica	50%

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 (consúltase el calendario académico fijado por la universidad). Esta consistirá en la realización de una Prueba Teórico/Práctica con un valor del 70% 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:

Eslava, J. de J., (2010). Las claves del análisis económico-financiero de la empresa. Madrid: ESIC Editorial.

Gorostegui, E.P. (2014). Fundamentos de economía de la empresa. Madrid: Ed. universitaria R.

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.

Sánchez, E.F. Administración de empresas: un enfoque interdisciplinar. Madrid: Paraninfo; 2010.

Gorostegui, E. P. Casos prácticos de introducción a la economía de la empresa. Editorial Universitaria Ramón Areces; 2009.

Areces, J., M.I. et al. Fundamentos de dirección de empresas. Conceptos y habilidades directivas. Madrid: Paraninfo; 2014.

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: