

Guía docente de la asignatura

Economía y Gestión de Empresa**Fecha última actualización: 21/06/2021****Fecha de aprobación:****Comercialización e Investigación de Mercados:****21/06/2021****Organización de Empresas II: 21/06/2021**

Grado	Grado en Ciencia y Tecnología de los Alimentos	Rama	Ciencias
--------------	--	-------------	----------

Módulo	Formación Básica	Materia	Empresa
---------------	------------------	----------------	---------

Curso	1º	Semestre	1º	Créditos	6	Tipo	Troncal
--------------	----	-----------------	----	-----------------	---	-------------	---------

PRERREQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES

Se recomienda tener conocimientos de matemáticas y de estadística

BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS (Según memoria de verificación del Grado)

El contenido de la asignatura se centra en el conocimiento de los aspectos económicos y de gestión de la empresa alimentaria y del entorno en el que desenvuelve su actividad. Las materias en las que se divide la asignatura en la Memoria Verifica, son las siguientes:

- Introducción a la Economía.
- Administración de empresas.
- Organización y gestión de empresas alimentarias.
- Comercialización y marketing.

COMPETENCIAS ASOCIADAS A MATERIA/ASIGNATURA**COMPETENCIAS GENERALES**

- CG01 - Capacidad de expresarse correctamente en lengua española en su ámbito disciplinar
- CG02 - Resolución de problemas
- CG03 - Trabajo en equipo
- CG04 - Capacidad de aplicar los conocimientos teóricos a la práctica
- CG06 - Capacidad de compromiso ético
- CG08 - Razonamiento crítico
- CG10 - Capacidad de organización y planificación
- CG11 - Capacidad de gestión de la información
- CG13 - Capacidad de sensibilización hacia temas medioambientales

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- CE10 - Conocer y aplicar los conocimientos básicos de economía, comercialización y gestión de empresas en industrias alimentarias

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

- CT02 - Capacidad de utilizar con desenvoltura las TICs

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Objetivos)

Al final de esta asignatura se espera que el alumno sea capaz de:

- Dominar las nociones básicas en gestión de empresas en las distintas fases: creación, crecimiento, madurez y declive.
- Saber evaluar las inversiones en la empresa alimentaria y calcular su rentabilidad como herramienta de la toma de decisiones.
- Aplicar los conocimientos adquiridos sobre la organización y gestión de las empresas al funcionamiento de empresas agroalimentarias y a la resolución de casos prácticos
- Tomar decisiones que contribuyan al equilibrio económico-financiero de la empresa.

PROGRAMA DE CONTENIDOS TEÓRICOS Y PRÁCTICOS

TEÓRICO

BLOQUE I. FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA, ADMINISTRACIÓN DE LA EMPRESA Y GESTIÓN DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Tema 1. Introducción a la Ciencia económica

- 1.1. La ciencia económica
- 1.2. La economía de la empresa como ciencia
- 1.3. Modelos de organización Económica
- 1.4. Modelo de competencia perfecta
- 1.5. Mercados no competitivos
- 1.6. Políticas macroeconómicas

Tema 2. La empresa, el empresario, la dirección y el gobierno de la empresa

- 2.1. Concepto de empresa y de organización
- 2.2. El empresario
 - 2.2.1. Evolución histórica del concepto
 - 2.2.2. Enfoques sobre la figura del empresario



2.2.3. Categorías y funciones del empresario: empresario vs. Capitalista vs. directivo

2.3. Dirección: funciones y niveles

2.4. La estructura de propiedad de las empresas

2.5. El gobierno de la empresa

Tema 3. El sistema de valor agroalimentario

3.1. Concepto de sistema de valor agroalimentario

3.2. Actividades agrícolas, ganaderas y pesqueras

3.3. La industria alimentaria

3.4. La distribución comercial y la restauración colectiva

3.4.1. La distribución comercial

3.4.2. La restauración colectiva

3.4.2.1. Restauración social

3.4.2.2. Restauración en ruta

3.4.2.3. Restauración comercial

3.5. El consumo alimentario

Tema 4. Producción en la industria alimentaria

4.1. Diseño y producción de alimentos

4.2. Normalización y control de calidad

4.3. Trazabilidad

4.4. Legislación de la industria alimentaria

4.5. Agencia Española de Consumo, Seguridad alimentaria y Nutrición. El registro sanitario

4.6. Repercusiones de las políticas en la economía y la seguridad alimentaria

BLOQUE II. COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING. EL CASO DE LAS EMPRESAS AGROALIMENTARIAS.

Tema 1. Concepto y ámbitos de alcance de marketing

1.1. Concepto de marketing

1.2. Relación entre el proceso de dirección de marketing y de dirección estratégica

1.2.1. El marketing estratégico



1.2.2. El marketing operativo

1.3. Evolución de la función de marketing en la empresa

Tema 2. El análisis del entorno del marketing en las empresas alimentarias. Análisis del mercado y la demanda

2.1. Concepto y tipología del entorno

2.2. Análisis del entorno general de la empresa en las empresas alimentarias

2.3. Análisis del entorno específico de la empresa

2.4. Concepto y clasificación de los mercados: mercado de bienes de consumo, industriales y de servicios

2.5. Concepto y dimensión de la demanda

2.6. Métodos de previsión de la demanda

Tema 3. El comportamiento del consumidor. Segmentación y posicionamiento en el mercado alimentario

3.1. Influencias en el comportamiento del consumidor

3.2. El proceso de decisión de compra del consumidor

3.3. Motivaciones de compra en el mercado alimentario

3.4. Segmentación de mercados: concepto, utilidad, criterios y estrategias básicas

3.5. Posicionamiento en el mercado alimentario

Tema 4. Distribución y comercialización en la industria alimentaria

4.1. El marketing mix

4.2. El producto como variable de marketing: dimensiones y decisiones sobre producto

4.3. Decisiones sobre precio: objetivos, métodos y estrategias de fijación de precios

4.4. Distribución comercial: canales comerciales en el sector agroalimentario

4.5. Comunicación comercial: concepto e instrumentos

4.6. Estrategias de mercado en el sector alimentario

El número de horas que corresponde al temario teórico es de 45 horas, aproximadamente. Dichas horas se distribuirán de manera uniforme entre los distintos temas, obteniendo cada uno de esos temas un número similar de horas (entre 5-6 horas).

PRÁCTICO



Se desarrollarán clases prácticas en grupo que faciliten la comprensión de la realidad empresarial y que faciliten el conocimiento del lenguaje empresarial. Para ello, se ha desarrollado una Guía de Trabajo Autónomo que conducirá a los estudiantes a la creación de un pequeño proyecto de emprendimiento sobre empresas alimentarias, que los llevará por los distintos subsistemas de la estructura empresarial.

También se podrán plantear otros casos prácticos, individuales o en grupo, que ayuden a la comprensión de aspectos relacionados con la asignatura.

El número de horas que corresponden al temario práctico es de 15 horas, aproximadamente. Dichas horas se distribuirán en los dos bloques, correspondiendo 7,5 horas a cada uno de los bloques.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA FUNDAMENTAL

Bibliografía básica recomendada bloque I:

- Alonso Sebastián, R. y Serrano Bermejo, A. (2008): Economía de la empresa agroalimentaria. Ediciones Mundi-Prensa
- Ballester, E. (2000): Economía de la empresa agraria y alimentaria. Ediciones Mundi-Prensa [FFA/338.43 BAL eco]
- Bueno Campos, E. (2010): Curso Básico de Economía de la Empresa. Un enfoque de organización, Pirámide, Madrid [FEG/602 BUE]
- Fuentes, M.M. y Cordón, E. (Coords.) (2014): Fundamentos de Dirección y Administración de Empresas, Ed. Pirámide, Madrid [FFA/658 FUN fun]

Bibliografía básica recomendada bloque II:

- ESTEBAN TAYALA, A. (1998). Principios de marketing. Editorial ESIC.
- IBORRA JUAN, M., DASÍ COSCOLLAR, A., DOLZ DOLZ, C., Y FERRER ORTEGA, C. (2007). Fundamentos de dirección de empresas: Conceptos y habilidades directivas. Ed. Thomson, Madrid.
- JOHNSON, G., SCHOLLES, K., Y WHITTINGTON, R. (2006). Dirección estratégica. Ed. Pearson Educación, Madrid. 7ª Edición.
- KOTLER, P. Y ARMSTRONG, G. 2017. Principios de marketing. Ed. Pearson, Madrid. 17ª edición.
- KOTLER, P., ARMSTRONG, G., SAUNDERS, J., WONG, V., MIQUEL, S., BIGNÉ, E. Y CÁMARA, D. (2000). Introducción al marketing. Ed. Prentice-Hall, Madrid. 2ª Edición europea.
- KOTLER, P., CÁMARA, D., GRANDE, I. Y CRUZ, I. (2000). Dirección de marketing. Edición del Milenio. Ed. Prentice-Hall, Madrid.
- SUÁREZ, A.S. (2003). Curso de Economía de la Empresa. Ed. Pirámide, Madrid. 7ª Edición

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Bradford, M. (2013): La alimentación natural y energética. 16ª edición. Océano Editorial.
- De Miguel, B. y Baixauli, J.J. (Coords.) (2010): Empresa y Economía Industrial, Ed. McGraw Hill, Madrid [FEG/602 01 EMP]
- Caldentey, P.; Haro, T. de.; Titos, A. y Briz, J. (1994): Marketing Agrario. Mundi-Prensa.



Madrid [FEG/603 04 MAR]

- Corcuera, E. y Vhiegntart, A.M. (1982): Ecología, conservación, desarrollo y calidad de vida. Caracas.
- Glade, A. (1988): Ecología: Introducción a la teoría de poblaciones y comunidades. Ed. Universidad Católica de Chile.
- González, Francisco José (2012). Creación de empresas: guía del emprendedor, Ed. Pirámide [FEG/602 01 GON]
- Hoffman A. y Mendoza, M. (2007): De cómo margarita Flores puede cuidar su salud y ayudar a salvar el planeta. 8ª edición. Casa de la Paz
- Oyarzún, L. (1994): Todos queríamos ser verdes. Editorial Planeta.
- Pérez Gorostegui, E. (2007). Introducción a la economía de la empresa. Ed. Centro de Estudios Ramón Areces, [FEG/602 01 PER]
- Suárez, A.S. (2006): Curso de economía de la empresa, Pirámide, Madrid, [BPOL/658 SUA cur]

ENLACES RECOMENDADOS

- Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía-LANDALUZ (<http://www.landaluz.es/>)
- Confederación Andaluza Empresarios de Alimentación-CAEA (<http://www.caea.es/>)
- Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural. Junta de Andalucía (<http://www.juntadeandalucia.es/agriculturaypesca/portal/>)
- Emprendedores y PYME. WEB del Ministerio de Industria, Energía y Turismo (<http://www.ipyme.org>)
- Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas -FIAB (<http://www.fiab.es/>)
- Guía para la elaboración de un plan de empresa de la Confederación de Empresarios de Andalucía (<http://goo.gl/yQrFaZ>)
- Manual IPYME sobre la creación y puesta en marcha de una empresa (<http://goo.gl/soqCYE>)
- Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (<http://www.magrama.gob.es/>)
- Andalucía Emprende. Herramientas de Gestión para la creación de Empresas (<http://goo.gl/2WEvf9>)

METODOLOGÍA DOCENTE

- MD01 LECCIÓN MAGISTRAL/EXPOSITIVA. Expondrá claramente los objetivos principales del tema y desarrollará en detalle de forma sistemática y ordenada los contenidos necesarios para una correcta comprensión de los conocimientos. Son impartidas por profesorado de forma presencial, los cuales disponen de los medios audiovisuales más avanzados, incluida conexión a Internet en las aulas y sistemas de grabación.
- MD03 RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS Y ESTUDIO DE CASOS PRÁCTICOS. Se plantearán problemas numéricos relacionados con la materia de las clases teóricas que se desarrollarán de forma individual o grupal. En el estudio de casos prácticos, el estudiante se enfrenta a un problema concreto que describe una situación de la vida real. Se desarrolla en pequeños grupos de trabajo que deberán analizar los hechos para llegar a una decisión razonada.



EVALUACIÓN (instrumentos de evaluación, criterios de evaluación y porcentaje sobre la calificación final)

EVALUACIÓN ORDINARIA

Atendiendo a la normativa de evaluación y de calificación de los estudiantes de la Universidad de Granada, aprobada en Consejo de Gobierno de 20 de mayo de 2013 (BOUGR nº112 de 9 de noviembre de 2016), la evaluación de esta asignatura es de naturaleza continua, constando de varios de los siguientes elementos de referencia:

- Exámenes, escritos u orales.
- Trabajos presentados, y académicamente dirigidos, en relación con los contenidos de la asignatura.
- Realización de distintos tipos de prácticas.
- Participación activa de los estudiantes en las clases teóricas, prácticas, seminarios, talleres y demás actividades relacionadas con la materia.
- Otras pruebas y actividades específicas que garanticen una evaluación objetiva del aprendizaje y rendimiento.

El peso relativo de cada uno de los elementos de evaluación no podrá suponer por si solo más del 70% de la calificación final de la asignatura (artículo 7.2 de la normativa). Atendiendo a esto, la distribución del peso de cada uno de los apartados sobre la calificación final será el que sigue:

- El examen final escrito, u otro tipo de pruebas y actividades específicas que garanticen una evaluación objetiva del aprendizaje y rendimiento, cuyos contenidos se ajustarán a los contenidos de esta guía, representará el 30% de la calificación final (máximo 3 puntos). En caso de que se opte por el examen, este se realizará por escrito en la fecha fijada en el calendario de exámenes publicado en la página web de la Facultad y la guía del alumno. Esta prueba escrita podrá consistir de una batería de preguntas con respuesta de elección múltiple, o preguntas verdadero o falso, o preguntas de respuesta breve o una combinación de distintos tipos de preguntas. Con suficiente antelación, el profesor/a especificará la estructura y contenido exacto del mismo. **El alumno que no se presente a este examen final tendrá la calificación de “No presentado”**.
- Trabajo autónomo del alumno destinado a la creación de un pequeño proyecto de emprendimiento sobre empresas alimentarias que representará el 30% de la calificación final (máximo 3 puntos).
- Participación y realización de otras prácticas, que representará el 30% de la calificación final (máximo 3 puntos)
- Asistencia, interés y participación en clase que representará el 10% de la calificación final (máximo 1 puntos).

EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA

Esta prueba única tendrá una parte teórica (70% de la nota final), similar a la mencionadas en el apartado sobre el examen escrito, y una parte práctica en la que deberá de resolverse un caso práctico relacionado con la materia desarrollada (30% nota final).

EVALUACIÓN ÚNICA FINAL

El sistema de evaluación es preferentemente continuo, “no obstante, el alumno podrá solicitar la Evaluación Única Final de acuerdo con la Normativa de Evaluación y Calificación de los estudiantes (art.8 de la normativa)”.





Esta prueba única tendrá una parte teórica (70% de la nota final), similar a la mencionadas en el apartado sobre el examen escrito, y una parte práctica en la que deberá de resolverse un caso práctico relacionado con la materia desarrollada (30% nota final).

