

Grado en Ciencia y Tecnología de los Alimentos

26214 - Dirección de empresas alimentarias

Guía docente para el curso 2014 - 2015

Curso: 2, Semestre: 1, Créditos: 6.0

Información básica

Profesores

- **María Teresa Maza Rubio** mazama@unizar.es
- **Ana María Olaizola Tolosana** olaizola@unizar.es

Recomendaciones para cursar esta asignatura

Se recomienda que los estudiantes hayan cursado la asignatura de Fundamentos de Economía Alimentaria de primer curso o bien tengan conocimientos previos básicos sobre Economía.

Actividades y fechas clave de la asignatura

Se han planificado una serie de actividades básicas para el seguimiento de la asignatura por parte del alumno consistentes en:

- Una prueba de evaluación al finalizar la impartición de los dos primeros bloques temáticos (1 y 2) y otra al finalizar los bloques 3 y 4. Por este sistema de evaluación continua puede superarse la asignatura.

-Prueba de Evaluación Global

Las fechas e hitos clave de la asignatura están descritos con detalle, junto con los del resto de asignaturas del segundo curso en el Grado de CTA, en la página Web de la Facultad de Veterinaria (enlace: <http://veterinaria.unizar.es/gradocita/>). Dicho enlace se actualizará al comienzo de cada curso académico.

Inicio

Resultados de aprendizaje que definen la asignatura

El estudiante, para superar esta asignatura, deberá demostrar los siguientes resultados...

1:

Sabe explicar los fundamentos de la dirección empresarial y los ambientes de decisión en los que se mueve la empresa resolviendo los problemas planteados en ambientes de incertidumbre estructurada y riesgo. Asimismo sabe aplicar instrumentos de planificación, programación y control a casos prácticos del ámbito empresarial.

2: Sabe explicar las relaciones entre la estructura económica y la financiera de una empresa y sus objetivos de planificación en el ámbito financiero e inversor. Sabe aplicar también los distintos métodos de evaluación económica de inversiones a la vez que interpreta la información obtenida para la correcta toma de decisiones.

3: Sabe explicar y aplicar los distintos métodos existentes para la toma de decisiones en el ámbito productivo, incluyendo decisiones relativas a proceso, capacidad, inventarios, y recursos humanos.

4: Puede planificar una investigación de mercados y aplicar diferentes métodos para decidir la composición básica del programa comercial o marketing-mix. Sabe explicar los criterios de toma de decisiones en el ámbito comercial relacionados con las principales variables de marketing: producto, precio, distribución y comunicación.

5: Conoce los principales términos y conceptos de cada ámbito de decisión en inglés.

Introducción

Breve presentación de la asignatura

La asignatura Dirección de Empresas Alimentarias se encuentra integrada en el primer semestre del segundo curso, como parte del Módulo disciplinar de Gestión y Calidad en la Industria Alimentaria y consta de 6 ECTS. Forman parte de este módulo otras dos asignaturas “Gestión integral de la calidad en la industria alimentaria” y “Legislación alimentaria”.

Contexto y competencias

Sentido, contexto, relevancia y objetivos generales de la asignatura

La asignatura y sus resultados previstos responden a los siguientes planteamientos y objetivos:

A nivel general y según se reconoce en el Plan Estratégico de la Industria de Alimentación y Bebidas de Aragón, dicha industria debe proporcionar una oferta competitiva, innovadora y permanentemente orientada al mercado, realizando en todo momento una óptima promoción y comercialización en el ámbito nacional e internacional, para todo lo cual se requiere una formación económica de los profesionales que ejercen tareas de responsabilidad en las empresas alimentarias.

Para lograr esos objetivos la asignatura Dirección de empresas alimentarias contribuye a adquirir una serie de competencias en varios **perfiles profesionales** que definen el grado, principalmente en el de “Gestión y control de calidad de productos” y en el de “Desarrollo e innovación de procesos y productos en el ámbito alimentario”.

Contexto y sentido de la asignatura en la titulación

Como se ha mencionado la asignatura Dirección de Empresas Alimentarias forma parte del módulo disciplinar de Gestión y Calidad en la Industria Alimentaria junto con las asignaturas “Gestión integral de la calidad en la industria alimentaria” y “Legislación alimentaria”. En este módulo se abordan todos aquellos aspectos organizativos y normativos en sentido amplio que debe conocer un tecnólogo de alimentos y que son complementarios de los aspectos puramente tecnológicos de los que tratan la mayoría de las asignaturas del título.

Al superar la asignatura, el estudiante será más competente para...

1: Explicar los fundamentos básicos de la dirección empresarial y conocer y aplicar los métodos más comunes de planificación, programación y control de proyectos en los distintos ámbitos empresariales, fundamentalmente en el productivo y en el de márketing.

2:

Analizar e interpretar la estructura económico-financiera de una empresa.

- 3:** Tomar decisiones de inversión en la empresa.
- 4:** Organizar, gestionar y controlar los procesos productivos y en particular aplicar métodos para la toma de decisiones relacionadas con el proceso productivo, la capacidad, los inventarios y los recursos humanos.
- 5:** Explicar y aplicar las técnicas de márketing relacionadas con la investigación de mercados y la planificación comercial.
- 6:** Aplicar los conocimientos teóricos al análisis de situaciones, resolución de problemas y toma de decisiones en contextos reales.
- 7:** Organizar y planificar de forma autónoma el trabajo.
- 8:** Aprender de forma autónoma y autoevaluarse.

En el enlace siguiente “Desarrollo de las competencias de la asignatura Dirección de empresas alimentarias” se detallan todas las competencias específicas a cuya adquisición contribuye esta asignatura, clasificadas según perfiles profesionales, además de las subcompetencias saber y saber hacer del Módulo disciplinar de Gestión y Calidad en la Industria Alimentaria, y las competencias transversales.

Importancia de los resultados de aprendizaje que se obtienen en la asignatura:

Las competencias adquiridas en esta asignatura capacitan al estudiante para la toma de decisiones en los distintos ámbitos de la dirección empresarial y le dotan de una visión de la empresa alimentaria complementaria a la puramente tecnológica que adquieren en la mayoría de las asignaturas. Dada la abundancia de pequeñas y medianas empresas en el sector alimentario, que en ocasiones condiciona la falta de especialización de los trabajadores, el graduado en Ciencia y Tecnología de los alimentos realiza en muchos casos tareas gerenciales y directivas fundamentalmente en el ámbito productivo y comercial, junto con las puramente técnicas ligadas a la producción y transformación de los alimentos.

Desarrollo de competencias

Desarrollo de las competencias de la asignatura Dirección de empresas alimentarias.

La asignatura contribuye a formar en las siguientes **competencias específicas** clasificadas por perfiles profesionales:

- 1) Perfil profesional de “Gestión y control de calidad de productos en el ámbito alimentario”:**
- Definir y desarrollar una política de compras de materias primas.
 - Analizar y calcular costes.
 - Asesorar en las tareas de márketing, así como en las de etiquetado y presentación de los productos alimenticios.
- 2) Perfil profesional de “Desarrollo e innovación de procesos y productos en el ámbito alimentario”:**
- Diseñar y elaborar nuevos procesos y productos para satisfacer necesidades y demandas sociales.
 - Evaluar el grado de aceptación de los productos alimenticios en el mercado.
 - Establecer sus costes de producción.

Asimismo promoverá el desarrollo de competencias de distinto tipo:

1) Instrumentales

-Capacidad de aplicación de los conocimientos teóricos al análisis de situaciones, resolución de problemas y toma de decisiones en contextos reales.

-Capacidad de organización y planificación autónoma del trabajo y de gestión de la información.

2) Generales sistémicas

-Capacidad de aprendizaje autónomo y autoevaluación.

-Motivación por la calidad.

La asignatura Dirección de empresas alimentarias forma en las siguientes subcompetencias del **Módulo disciplinar de Gestión y Calidad en la Industria Alimentaria**:

Subcompetencias específicas-SABER (conocimientos)

-Conocer los fundamentos básicos de la gestión y dirección empresarial.

-Conocer e interpretar los métodos más comunes de planificación, programación y control de proyectos en el ámbito empresarial.

-Conocer e interpretar la estructura económico-financiera de una empresa alimentaria.

-Conocer las principales técnicas de gestión de la producción.

-Conocer las técnicas de márquetin: estudio de mercado y planificación comercial.

Subcompetencias específicas-SABER HACER (destrezas, habilidades)

-Realizar tareas de planificación en los distintos ámbitos empresariales, especialmente en el productivo y de márquetin.

-Realizar el análisis básico de la estructura económico-financiera de una empresa.

-Organizar, gestionar y controlar los procesos productivos.

-Planificar la política de compras de materias primas.

-Gestionar el desarrollo de nuevos productos.

-Explotar de forma óptima las capacidades tecnológicas para satisfacer las oportunidades del mercado.

-Asesorar en tareas de comunicación de la empresa.

Evaluación

Actividades de evaluación

El estudiante deberá demostrar que ha alcanzado los resultados de aprendizaje previstos mediante las siguientes actividades de evaluación

1:

Pruebas de evaluación continua:

-Prueba 1. Se realizará una prueba escrita que incluirá preguntas tipo test relativas a los conocimientos

teóricos y resolución de casos prácticos del Bloque 1 "La dirección de la empresa y la toma de decisiones" y del Bloque 2 "La dirección financiera". La superación de esta prueba contribuirá a la acreditación del logro de los resultados de aprendizaje 1, 2 y 5.

-Prueba 2. Se realizará una prueba escrita con preguntas tipo test relativas a los conocimientos teóricos y resolución de casos prácticos del Bloque 3. "La dirección de la producción" y del Bloque 4 "La dirección de marketing". La superación de esta prueba contribuirá a la acreditación del logro de los resultados de aprendizaje 3 4 y 5.

Las pruebas descritas anteriormente, se realizarán a lo largo del semestre. Concretamente, la prueba 1 se convocará al finalizar los bloques temáticos 1 y 2 de la asignatura, y la prueba 2 al finalizar los bloques temáticos 3 y 4.

1:

Prueba de evaluación global:

De acuerdo a la normativa de Evaluación del Aprendizaje de la Universidad de Zaragoza, existirá una prueba de evaluación global de evaluación a la que tendrán derecho todos los estudiantes y que quedará fijada en el calendario académico. Incluirá preguntas de test mediante las cuales se evaluarán los conocimientos teóricos adquiridos y casos prácticos, siendo por tanto similar a las pruebas de evaluación continua realizadas a lo largo del semestre.

Los alumnos que no hayan superado como mínimo el 50% de la asignatura a través de las pruebas de evaluación continua deberán realizar la totalidad de las cuestiones y casos prácticos de la prueba de evaluación global. Los alumnos que hayan superado como mínimo el 50% de la asignatura podrán presentarse a las pruebas correspondientes a las partes no superadas de la asignatura, o bien a la totalidad de la prueba global.

La superación de esta evaluación acredita el logro de los resultados de aprendizaje 1, 2, 3, 4 y 5.

En ambos casos la evaluación de los resultados de aprendizaje incluirá comprobar los conocimientos del alumno acerca de la equivalencia de términos en inglés y en español.

Criterios de valoración

Criterios de valoración y niveles de exigencia

Pruebas 1 y 2 de evaluación continua:

- En las preguntas tipo test se adoptará como criterio de valoración que el estudiante haya contestado correctamente. La calificación obtenida irá de 0 a 10, teniendo un peso del 30 % en la calificación global de cada prueba.
- En la resolución de casos prácticos se valorarán tres aspectos fundamentales: el planteamiento, la resolución y la interpretación de los resultados. Cada aspecto valdrá aproximadamente un tercio de la nota sobre una escala de 0 a 10. La calificación obtenida tendrá un peso del 70 % en la calificación global de cada prueba.

Si bien cada prueba tiene una única calificación se exigirá para superarla que en cada una de las partes, el alumno haya obtenido como mínimo un 5.

Aquellos alumnos que hayan superado todas las pruebas habrán superado la asignatura.

Prueba de evaluación global:

El estudiante que no opte por la evaluación continua, que no supere la asignatura por este procedimiento o que quisiera mejorar su calificación, tendrá derecho a presentarse a la prueba global, prevaleciendo, en cualquier caso, la mejor de las calificaciones obtenidas.

-La segunda convocatoria de evaluación, a la que tendrán derecho todos los estudiantes que no hayan superado la asignatura, se llevará a cabo mediante una prueba global.

En las preguntas tipo test se adoptará como criterio de valoración que el estudiante haya contestado correctamente. La calificación obtenida irá de 0 a 10, teniendo un peso del 30 % en la calificación global de la prueba

En la resolución de casos prácticos se valorarán tres aspectos fundamentales: el planteamiento, la resolución y la interpretación de los resultados. Cada aspecto valdrá aproximadamente un tercio de la nota sobre una escala de 0 a 10. La calificación obtenida tendrá un peso del 70 % en la calificación global de la prueba.

Para superar la prueba se exigirá como mínimo un 5 en cada una de las partes.

Sistema de calificaciones: De acuerdo con el Reglamento de Normas de Evaluación del Aprendizaje de la Universidad de Zaragoza (Acuerdo de Consejo de Gobierno de 22 de diciembre de 2010), los resultados obtenidos por el alumno se calificarán en función de la siguiente escala numérica de 0 a 10, con expresión de un decimal, añadiendo una calificación cualitativa según la siguiente escala:

0-4,9: Suspenso (SS).

5,0-6,9: Aprobado (AP).

7,0-8,9: Notable (NT).

9,0-10: Sobresaliente (SB).

La mención de «Matrícula de Honor» podrá ser otorgada a estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los estudiantes matriculados en el correspondiente curso académico.

Actividades y recursos

Presentación metodológica general

El proceso de aprendizaje que se ha diseñado para esta asignatura se basa en lo siguiente:

La adquisición de una serie de conocimientos teóricos sobre los distintos ámbitos de decisión de las empresas alimentarias, complementados con la aplicación de esos conocimientos a la resolución de casos prácticos en el ámbito de la dirección financiera-inversora, productiva y de márketing fundamentalmente. El estudiante dispondrá de un glosario de términos técnicos en inglés relacionados con la asignatura y su correspondiente equivalencia al castellano.

Actividades de aprendizaje programadas (Se incluye programa)

El programa que se ofrece al estudiante para ayudarle a lograr los resultados previstos comprende las siguientes actividades...

1: La dirección de la empresa y la toma de decisiones

Docencia teórica: El proceso de dirección de la empresa. La decisión empresarial. Instrumentos de planificación, programación y control.

Docencia práctica: Toma de decisiones en ambiente de riesgo y en incertidumbre estructurada. Programación lineal. Método PERT. Gráficos de Gantt.

Actividades de enseñanza-aprendizaje:

-Clases magistrales: 5 horas

-Prácticas de resolución de casos: 5 horas.

-Resolución de cuestiones de autoevaluación y casos prácticos: 8 horas.

Dentro de estas horas se contabilizará la asistencia del alumno a tutorías individualizadas.

-Estudio por parte del estudiante: 5 horas.

-Evaluación: 2 horas

2: La dirección financiera

Docencia teórica: Introducción a las decisiones financieras. Planificación financiera. Organización de inversiones. Organización de las fuentes de financiación en la empresa. Control financiero.

Docencia práctica: Fondo de maniobra. Control financiero. Evaluación económica de inversiones: Flujo Neto Total y Medio de caja por unidad monetaria comprometida, VAN y TIR en casos especiales.

Actividades de enseñanza-aprendizaje:

-Clases magistrales: 5 horas

-Prácticas de resolución de casos: 5 horas.

-Resolución de cuestiones de autoevaluación y casos prácticos: 8 horas.

Dentro de estas horas se contabilizará la asistencia del alumno a tutorías individualizadas.

-Estudio por parte del estudiante: 5 horas.

-Evaluación: 2 horas.

3: La dirección de la producción

Docencia teórica: La función productiva de la empresa y el proceso productivo. La capacidad de producción. Los inventarios. El factor humano en la producción.

Docencia práctica: Los costes de producción y su control. La medida de la productividad. Las decisiones de selección, duración óptima y amortización de los bienes de equipo. Gestión de stocks. Sistemas de remuneración por incentivos.

Actividades de enseñanza-aprendizaje:

-Clases magistrales: 10 horas

-Prácticas de resolución de casos: 10 horas.

-Resolución de cuestiones de autoevaluación y casos prácticos: 16 horas.

Dentro de estas horas se contabilizará la asistencia del alumno a tutorías individualizadas.

-Estudio por parte del estudiante: 10 horas.

-Evaluación: 2 horas.

4:

La dirección de márketing

Docencia teórica: El márketing como función empresarial. Clases de mercados. La investigación comercial. Producto y precio. Comunicación y distribución.

Docencia práctica: Estimación y previsión de la demanda. Investigación de mercados. Métodos de determinación de precios. Problema del transporte.

Actividades de enseñanza-aprendizaje:

-Clases magistrales: 10 horas

-Prácticas de resolución de casos: 10 horas.

-Resolución de cuestiones de autoevaluación y casos prácticos: 16 horas.

Dentro de estas horas se contabilizará la asistencia del alumno a tutorías individualizadas.

-Estudio por parte del estudiante: 10 horas.

-Evaluación: 2 horas.

Planificación y calendario

Calendario de sesiones presenciales y presentación de trabajos

Las fechas e hitos clave de la asignatura están descritos con detalle, junto con los del resto de asignaturas del segundo curso en el Grado de CTA, en la página Web de la Facultad de Veterinaria (enlace: <http://veterinaria.unizar.es/gradocta/>). Dicho enlace se actualizará al comienzo de cada curso académico.

Bibliografía y otros recursos

Alonso Sebastián, R., Serrano A., Alarcón S. 1999. La logística en la empresa agroalimentaria. Ed. Mundi-Prensa. 210 pp.

Bello, L. Vazquez, R., Trespalacios, J. A. 1996. Investigación de mercados y estrategias de marketing. Editorial Civitas.

Bueno Campos E. 2001. Curso básico de Economía de la Empresa. Un enfoque de organización. Pirámide Madrid. 710 pp.

García Moreno, S. M. 2001. Organización y administración de empresas: una visión práctica . ESIC Editorial, Madrid.

Granda Revilla, G. Camisón C. (Directores). 2008. El modelo de empresa del siglo XXI: hacia una estrategia competitiva y sostenible. Ediciones Cinca, Madrid.

Hernández Ortiz, M. J. et al., 2000. Casos prácticos de administración y organización de empresas . Pirámide, Madrid.

Kotler, P., Cámara D., Grande I., Cruz I. 2000. Dirección de Marketing. Prentice Hall. Madrid. 813 pp.

Parra Guerrero, F. 1999. Gestión de stocks ESIC. Madrid. 217pp.

Pérez Gorostegui, E. (2007). Prácticas de administración de empresas. Pirámide, Madrid.

Pérez Gorostegui, E. 2006. Introducción a la economía de la empresa. Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid.

Rodrigo Illera, C. y Rufín Moreno, R. 1997. Curso básico de administración y dirección de empresas . Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid.

Rufín Moreno R. (1998). Marketing (conceptos, instrumentos y estrategias). Ed. UNED. Madrid.

Santosmases, M. 2007. Marketing : conceptos y estrategias . 5^a ed. revisada. Pirámide. Madrid.

Suarez Suarez, A.S. 2005. Decisiones óptimas de inversión y financiación en la empresa. Pirámide, Madrid.

Sitios web de apoyo

- La Asociación Española de Dirección y Desarrollo de Personas.

<http://www.aedipe.es/>

Referencias bibliográficas de la bibliografía recomendada

- Alonso Sebastián, Ramón. La logística en la empresa agroalimentaria : transporte, gestión de stocks y control de calidad / Ramón Alonso Sebastián, Arturo Serrano Bermejo, Silverio Alarcón Lorenzo . Madrid : AMV : Mundi-Prensa, 1999
- Bello Acebrón, Laurentino. Investigación de mercados y estrategia de marketing / Laurentino Bello Acebrón, Rodolfo Vázquez Casielles, Juan Antonio Trespalacios Gutierrez . 2a. ed. Madrid : Civitas, 1996
- Bueno Campos, Eduardo. Curso básico de economía de la empresa : un enfoque de organización / Eduardo Bueno Campos . 4^a ed. Madrid : Pirámide, D.L. 2010
- Casos prácticos de administración y organización de empresas / Coordinadora María Jesús Hernández Ortiz... [et al.] . Madrid : Pirámide, 2000
- El modelo de empresa del siglo XXI : hacia una estrategia competitiva y sostenible / directores del curso, Germán Granda, César Camisón ; secretaria del curso, Laura Maure ; [autores] Juan José Barrera... [et al.] . 1^a ed. Madrid : Cinca, 2008
- García Moreno, Susana María. Organización y administración de empresas : una visión práctica / Susana María García Moreno, Juan José Nájera Sánchez, María de Guadalupe Rico García . Madrid : ESIC Editorial, 2001
- Kotler, Philip : Dirección de marketing / Philip Kotler, Kevin Lane Keller ; traducción, María Astrid Mues Zepeda, Mónica Martínez Gay ; adaptación y revisión técnica, María de la Luz Eloísa Ascanio Rivera ; revisión técnica, Miguel Hernández Espallardo, Enrique Carlos Bianchi . - 14^a ed. Naucalpan de Juárez (México): Pearson Educación de México , 2012
- Parra Guerrero, Francisca. Gestión de stocks / Francisca parra Guerrero . 3^a ed. rev. y act. Madrid : ESIC, 2005
- Pérez Gorostegui, Eduardo. Introducción a la economía de la empresa / Eduardo Pérez Gorostegui . 1^a ed., 3^a reimpr. Madrid : Centro de Estudios Ramón Areces, 2006
- Pérez Gorostegui, Eduardo. Prácticas de administración de empresas / Eduardo Pérez Gorostegui . [1a. ed., reimpr.] Madrid : Pirámide, D.L. 2007
- Rodrigo Illera, Carlos. Curso básico de administración y dirección de empresas / Carlos Rodrigo Illera, Ramón Rufín Moreno . 1a. ed. Madrid : Universidad Nacional de Educación a Distancia, 1997
- Rufín Moreno, Ramón. Marketing : (conceptos, instrumentos y estrategias) / Ramón Rufín Moreno . 3^a reimpr. Madrid : UNED, D.L. 1998 (reimp. 2003)
- Santosmases Mestre, Miguel : Marketing : conceptos y estrategias / Miguel Santosmases Mestre . - 6^a ed. Madrid : Pirámide, 2012
- Suárez Suárez, Andrés Santiago. Decisiones óptimas de inversión y financiación en la empresa / Andrés S. Suárez Suárez . 21^a ed. Madrid : Pirámide, 2008