



Grado en Ciencia y Tecnología de los Alimentos 26214 - Dirección de empresas alimentarias

Guía docente para el curso 2010 - 2011

Curso: 2, Semestre: 1, Créditos: 6.0

Información básica

Profesores

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

- Entrega de cuestiones de autoevaluación relacionadas con los aspectos teóricos de la asignatura al finalizar cada bloque temático.
- Entrega de casos prácticos al finalizar cada bloque temático.
- Evaluación final.

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.

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.

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 márketing: 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 márketing.

-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 objetivas de autoevaluación. Consistirán en una relación de preguntas cortas o de tipo test. Las pruebas objetivas de autoevaluación se entregarán al alumno al finalizar cada tema ya que con ellas se

pretende comprobar que ha comprendido los contenidos teóricos del mismo. Tras contestarlas y entregarlas en una fecha determinada, serán corregidas y se devolverán al alumno.

- 1:** Resolución de casos prácticos. Para todos los resultados de aprendizaje en los que el alumno deba saber aplicar los conocimientos adquiridos se le entregarán casos prácticos que deberá resolver. Parte de la resolución se realizará en aula con el profesor y parte como trabajo individual del alumno. Posteriormente serán entregados al profesor para evaluar el grado de consecución de los objetivos.
- 1:** Prueba de evaluación final escrita consistente en la contestación de preguntas relativas a conocimientos teóricos y resolución de casos prácticos. La evaluación de los resultados de aprendizaje incluirá comprobar los conocimientos del alumno acerca de la equivalencia de términos en inglés y en español.

La superación de todas estas evaluaciones acredita el logro de los resultados de aprendizaje 1, 2, 3 y 4.

Criterios de evaluación

Criterios de valoración y niveles de exigencia

- En las pruebas objetivas de autoevaluación se adoptará como criterio de valoración que el estudiante haya contestado correctamente. Se asignará la nota correspondiente a cada prueba objetiva en una escala de 0 a 10. La realización y entrega de las cuestiones de autoevaluación a lo largo del semestre tendrá un peso en la calificación final de un 10%.
- En la resolución de casos prácticos se valorarán tres aspectos fundamentales: el planteamiento, el cálculo numérico y la interpretación de los resultados. Cada aspecto valdrá aproximadamente un tercio de la nota del caso práctico sobre una escala de 0 a 10. La realización y entrega de los casos prácticos efectuados a lo largo del semestre tendrá un peso en la calificación final de un 10%.
- A la prueba de evaluación final se le asignará una nota sobre una escala de 0 a 10 y tendrá un peso en la calificación final del 80%.

Estudiantes no presenciales

Pruebas para estudiantes no presenciales o aquellos que se presenten en otras convocatorias distintas de la primera

Estas pruebas afectan únicamente a aquellos estudiantes no presenciales o que tengan que presentarse en sucesivas convocatorias por no haber superado la asignatura en primera convocatoria.

En el caso de estudiantes no presenciales si han ido realizando las pruebas objetivas de autoevaluación y la resolución de casos prácticos, los procedimientos de evaluación y los criterios y niveles de exigencia serán idénticos a los de los alumnos presenciales. En caso de ausencia de evaluaciones parciales, la prueba de evaluación final escrita supondrá el 100% de la calificación final. Su superación acreditará el logro de los resultados de aprendizaje 1, 2, 3 y 4.

En el caso de estudiantes que no hayan superado la asignatura pero se tenga evaluaciones parciales los procedimientos de evaluación y los criterios y niveles de exigencia serán idénticos.

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: 10 horas.

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

-Estudio por parte del estudiante: 5 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: 10 horas.

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

-Estudio por parte del estudiante: 5 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: 18 horas.

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

-Estudio por parte del estudiante: 10 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: 18 horas.

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

-Estudio por parte del estudiante: 10 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

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^a. 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 Gerrero, 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.

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

Santesmases, M. 2007. Marketing : conceptos y estrategias . 5ª 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 . 4ª 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.] . 1ª 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, Dionisio Cámara, Alejandro Mollá . 12ª ed., última reimp. Madrid : Pearson Educación, 2008
- Parra Guerrero, Francisca. Gestión de stocks / Francisca Parra Guerrero. - 2ª ., rev. y act. Madrid :ESIC, 1999
- Pérez Gorostegui, Eduardo. Introducción a la economía de la empresa / Eduardo Pérez Gorostegui . 1ª ed., 3ª reimpr. Madrid : Centro de Estudios Ramón Areces, 2006
- Pérez Gorostegui, Eduardo. Prácticas de administración de empresas / Eduardo Pérez Gorestegui . [1a. ed., reimp.] 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. 1ª, 3ª reimpr. Madrid : UNED, 2003
- Santesmases Mestre, Miguel. Marketing : conceptos y estrategias / Miguel Santesmases Mestre . 5ª ed. rev. Madrid : Pirámide, 2007
- Suárez Suárez, Andrés Santiago. Decisiones óptimas de inversión y financiación en la empresa / Andrés S. Suárez Suárez . 21ª ed. Madrid : Pirámide, 2008