



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

Guía docente para el curso 2015 - 2016

Curso: , Semestre: , 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:

-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/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.

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 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: Prueba de evaluación global:**

De acuerdo a la normativa de Evaluación del Aprendizaje de la Universidad de Zaragoza, existirá una prueba global de evaluación a la que tendrán derecho todos los estudiantes y que quedará fijada en el calendario académico.

La Prueba de evaluación incluirá:

**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.

Esta prueba se adelantará en el calendario. No obstante, los alumnos que no hayan superado esta evaluación podrán presentarse a esta prueba durante la celebración de la prueba global que tendrá lugar en el periodo de exámenes.

**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.

Si bien las 2 pruebas tendrán lugar en las fechas indicadas en el calendario de exámenes elaborado por el centro, la prueba 1 se adelantará en el calendario. Concretamente, se realizará al finalizar los Bloques temáticos 1 y 2. Los alumnos que no hayan superado esta evaluación podrán presentarse a esta prueba durante la celebración de la prueba global que tendrá lugar en el periodo de exámenes.

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

#### **Prueba de evaluación global:**

*Pruebas 1 y 2.* 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 las pruebas 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**

La distribución de las actividades formativas dependerá del horario asignado a la asignatura, pero en cualquier caso se requerirá para las actividades presenciales una media de cuatro horas semanales durante las 15 semanas lectivas del semestre, para disponer finalmente de las 60 horas planificadas.

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.

## **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 Trespacios 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
- 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 . - 14ª ed. Naucalpan de Juárez (México): Pearson Educación de México , 2012
- Parra Guerrero, Francisca. Gestión de stocks / Francisca parra Guerrero . 3ª ed. rev. y act. Madrid : ESIC, 2005
- 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., 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 . 3ª reimp. Madrid : UNED, D.L. 1998 (reimp. 2003)
- Santesmases Mestre, Miguel : Marketing : conceptos y estrategias / Miguel Santesmases Mestre . - 6ª ed. Madrid : Pirámide, 2012
- Suárez Suárez, Andrés Santiago. Decisiones óptimas de inversión y financiación en la empresa / Andrés S. Suárez Suárez . 21ª ed. Madrid : Pirámide, 2008