



Universidad
de Alcalá



cunimad

Centro de Educación Superior

GUÍA DOCENTE

ECONOMÍA Y GESTIÓN DE EMPRESAS ALIMENTARIAS

**Grado en Nutrición Humana y Dietética
Centro de Educación Superior CUNIMAD
Universidad de Alcalá**

**Curso Académico 2023/24
4º Curso - 1º Cuatrimestre**

GUÍA DOCENTE

Nombre de la asignatura:	Economía y Gestión de Empresas Alimentarias
Código:	571030
Titulación en la que se imparte	Grado Nutrición Humana y Dietética
Departamento y Área de Conocimiento:	Centro de Educación Superior CUNIMAD
Carácter:	Obligatoria
Créditos ECTS:	6 ECTS
Curso y cuatrimestre:	4º, 1º cuatrimestre
Profesorado:	D. José Ignacio Gil de Sola
Horario de Tutoría:	Se establecerá el primer día de clase
Idioma en el que se imparte:	Español

1. PRESENTACIÓN

A través de esta asignatura nos adentraremos en los estudios sobre economía, gestión de la empresa y marketing empresarial, relacionados con la industria agroalimentaria. Teniendo como objeto de la asignatura que el/la alumno/a adquiera las herramientas necesarias para manejar todas las acciones propias de una empresa de alimentación, desde su diseño conceptual hasta su desarrollo como proyecto real, tangible y exitoso.

La asignatura Economía y Gestión de Empresas Alimentarias se divide en cuatro bloques temáticos, que dan forma estructural a los contenidos formativos.

En el primer bloque se realizará una aproximación a la economía como ciencia que centra su atención en la producción, distribución y circulación de bienes y servicios.

En el segundo bloque temático la asignatura presenta al alumno/a los principios económicos básicos que rigen el funcionamiento de la empresa alimentaria. Conceptos como empresario, desarrollo empresarial, producción, costes y productividad son conceptos clave para la asimilación de los contenidos que se recogen en esta parte del temario.

En el tercer bloque, la información que contiene la asignatura se centra en la gestión de las empresas agroalimentarias; funciones administrativas, la estructura financiera, la contabilidad, la fiscalidad en las empresas de alimentación.

En el cuarto y último bloque estructural de la asignatura, el/la alumno/a se adentrará en el sistema comercial y los mecanismos de marketing utilizados en las empresas del sector alimentario.

En el Grado de Nutrición Humana y Dietética a través de esta asignatura, se pretende dotar al alumnado de competencias básicas necesarias en el contexto económico, para la capacitación en la toma de decisiones que afecten positivamente al rumbo de una empresa en el ámbito de la alimentación.

2. COMPETENCIAS

Competencias generales:

1. Reconocer los elementos esenciales de la profesión de Dietista-Nutricionista, incluyendo los principios éticos y responsabilidades legales en 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.
2. Desarrollar la profesión con respeto a otros profesionales de la salud, adquiriendo habilidades para trabajar en equipo.
3. Reconocer la necesidad de mantener y actualizar la competencia profesional, prestando especial importancia al aprendizaje, de manera autónoma y continuada, de nuevos conocimientos, productos y técnicas en nutrición y alimentación, así como a la motivación por la calidad.
4. Conocer los límites de la profesión y sus competencias, identificando cuando es necesario un tratamiento interdisciplinar o la derivación a otro profesional.
5. 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 la nutrición y hábitos de vida.
6. Conocer, valorar críticamente y saber utilizar y aplicar las fuentes de información relacionadas con nutrición, alimentación, estilos de vida y aspectos sanitarios.
7. Asesorar en el desarrollo, comercialización, etiquetado, comunicación y marketing de los productos alimenticios de acuerdo con las necesidades sociales, los conocimientos científicos y legislación vigente.
8. Participar en la gestión, organización y desarrollo de los servicios de alimentación.

Competencias específicas:

1. Conocer los aspectos relacionados con la economía y gestión de las empresas alimentarias.
2. Asesorar científica y técnicamente sobre los productos alimenticios y el desarrollo de los mismos. Evaluar el cumplimiento de dicho asesoramiento.
3. Participar en los equipos empresariales de marketing social, publicidad y alegaciones saludables.
4. Colaborar en la protección del consumidor en el marco de la seguridad alimentaria.

3. CONTENIDOS

Bloques de contenido	Total de clases, créditos u horas
<p>Tema 1. Fundamentos económicos Introducción Macroeconomía, conceptos fundamentales Microeconomía, conceptos fundamentales Oferta y demanda, elementos Economía agroalimentaria</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 1h de clase
<p>Tema 2. Mercados y políticas públicas. Acercamiento al entorno agroalimentario Tres problemas económicos básicos Oferta y demanda en el mercado agroalimentario El mercado agroalimentario en el contexto de España Papel económico del estado</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 1h T • 1h Taller virtual
<p>Tema 3. Producto y costes en la empresa agroalimentaria Introducción. Concepto de producto Costes en el proceso de producción La empresa en el sector agroalimentario. Figuras, principios y objetivo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 1h T
<p>Tema 4. La empresa, organización y estructura Introducción y objetivos Teoría, organización y modelos Dirección en la empresa</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 2h T
<p>Tema 5. Inversión, financiación y desarrollo en la empresa Estructura económico-financiera Tipos de inversión Fuentes y planificación financiera</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 1h T

<p>Tema 6. Planificación de la empresa en el sector alimentario. Distribución y comercialización de la producción Etapas y estrategias Actividad productora y comercial Decisiones productoras y comerciales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 1h T
<p>Tema 7. Gestión y control de los costes Introducción Costes y control. Concepto y acciones Materiales, personal y cálculo de costes Sistema de cálculo de costes</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 2h T
<p>Tema 8. Análisis de coste, el volumen y el beneficio en empresas de alimentación Introducción Planificación de beneficios Análisis de coste y márgenes</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 1h T
<p>Tema 9. Gestión de recursos alimentarios Fuentes de recursos financieros Gestión de la producción, distribución y comercialización del producto Métodos de valoración</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 1h T
<p>Tema 10. Gestión y control de calidad Principios, conceptos y enfoques Gestión de calidad en el producto alimentario Modelos e implantación en la gestión de calidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 1h T • 1h Taller virtual
<p>Tema 11. Análisis e investigación del mercado Introducción Producto como eje vertebrador del sistema Procesos, actividad comercial y planificación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 1h T

<p>Tema 12. El consumidor, motivaciones y su papel para la empresa Procesos decisivos de consumo Determinantes y motivaciones en el consumo Actitudes y modelos de comportamiento</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 1h T
<p>Tema 13. Comunicación, estrategias y herramientas empresariales Concepto y procesos Estrategias y marketing en la gestión empresarial Herramientas, nuevas tecnologías y nuevas tendencias</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 1h T
<p>TOTAL horas de clase</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 17 horas

4. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE.-ACTIVIDADES FORMATIVAS

4.1. Distribución de créditos (especificar en horas)

Número de horas presenciales:	Sesiones presenciales virtuales	15
	Talleres de prácticas virtuales	2
	Tutorías	5
	Realización del examen final presencial	2
	Total: 24 h	
Número de horas del trabajo propio del estudiantado:	Lecciones magistrales	6
	Estudio del material básico	50
	Lectura material complementario	25
	Trabajos, casos prácticos, test.	21
	Talleres de prácticas virtuales	6
	Tutorías	11
	Trabajo colaborativo	7
Total:126 h		
Total horas	150 h	

4.2. Estrategias metodológicas, materiales y recursos didácticos

<p>En las actividades presenciales</p>	<p>Grupo grande (T): clases expositivas y discusión virtuales síncronas con el alumnado. Se expondrán los contenidos de los temas, se explicarán los conceptos más importantes y se resolverán cuestiones que ayuden a la comprensión de los</p>
---	--

	<p>conceptos. Para favorecer la participación de los/las alumnos/as y la interacción con el/la profesor/a se podrán utilizar dinámicas participativas como chat y/o audio. El/La profesor/a dispone de una pizarra electrónica que los/las alumnos/as visualizan en tiempo real.</p> <p>También se permite al/a alumno/a acceder a las grabaciones de las sesiones presenciales virtuales de las asignaturas, de manera que puede ver la clase en diferido.</p> <p>Asimismo, se realizarán Talleres de prácticas virtuales síncronos y con posibilidad de verlos en diferidos, en los que se trabajarán casos prácticos y resolución de problemas</p> <p>Materiales y recursos a utilizar para el desarrollo de cada actividad: material docente audiovisual preparado por el/la profesor/a (vídeos y presentaciones PowerPoint), de laboratorio (material específico para cada práctica y guiones de prácticas), materiales en red (Plataforma Canvas, Webs recomendadas para simulación y prácticas), etc.</p>
<p>En las actividades no presenciales</p>	<p>Estudio autónomo. Análisis y asimilación de los contenidos de la materia, resolución de problemas, consulta bibliográfica, lecturas recomendadas, uso de aplicaciones virtuales de simulación, preparación de trabajos individuales y/o grupales y pruebas de autoevaluación.</p> <p>Utilización del chat y de los foros accesibles a través del campus virtual para favorecer el contacto de los/las alumnos/as con el profesorado de la asignatura fuera del aula, así como facilitar su acceso a información seleccionada y de utilidad para su trabajo no presencial.</p>

5. EVALUACIÓN: Procedimientos, criterios de evaluación y de calificación

En cada curso académico el/la estudiante tendrá derecho a disponer de dos convocatorias, una ordinaria y otra extraordinaria. La convocatoria ordinaria estará basada en la evaluación continua, salvo en aquellos casos contemplados en la normativa de evaluación de la UAH en los que el/la estudiante podrá acogerse a un procedimiento de evaluación final. Para acogerse a este procedimiento de evaluación final, el/la estudiante tendrá que solicitarlo por escrito al/la Coordinador/a de la Titulación en las dos primeras semanas de impartición de la asignatura, explicando las razones que le impiden seguir el sistema de evaluación continua.

En el caso de aquellos/as estudiantes que por razones justificadas no tengan formalizada su matrícula en la fecha de inicio del curso o del periodo de impartición

de la asignatura, el plazo indicado comenzará a computar desde su incorporación a la titulación. La solicitud será resuelta por la Dirección Académica, tras valorar la documentación aportada, y podrá ser aceptada o no.

Criterios de evaluación y de calificación:

- Participación activa en las clases y actividades propuestas.
- Conocimiento y comprensión de conceptos, fundamentos y metodologías.
- Aplicación e integración de los contenidos a situaciones y problemas concretos.
- Resolución comprensiva de ejercicios y cuestiones.
- Sentido crítico y argumentación coherente en las ideas.
- Estudio y planificación de las sesiones prácticas, previo a su realización.
- Cumplimiento de las normas de seguridad en el laboratorio.
- Destreza en la realización de las prácticas en el laboratorio, análisis de datos e interpretación razonada de los resultados.

Por tratarse de una materia de carácter marcadamente experimental y técnica, la realización y superación de los talleres prácticos virtuales es obligatoria para todos los/las estudiantes/as que cursen la asignatura, tanto en convocatoria ordinaria (evaluación continua como final) como en convocatoria extraordinaria.

Convocatoria Ordinaria

Evaluación Continua:

Se valorará la participación activa de los/las estudiantes en todas las actividades realizadas, así como las habilidades desarrolladas durante las enseñanzas prácticas. los/las estudiantes deberán demostrar un nivel mínimo (50% de la calificación total de las actividades) en la adquisición de las competencias correspondientes para superar la asignatura.

La realización y superación de los talleres prácticos virtuales se consideran imprescindibles, tanto en convocatoria ordinaria (evaluación continua y final) como extraordinaria

Si el/la estudiante no participa en el proceso de enseñanza-aprendizaje realizando y entregando todas **las actividades obligatorias** propuestas por el/la docente se considerará suspenso en la **convocatoria ordinaria**.

La prueba de evaluación final presencial debe ser aprobada por el/la estudiante para poder aplicar los porcentajes de ponderación establecidos en esta guía y superar la asignatura.

El aprendizaje de cada estudiante se valorará mediante datos objetivos procedentes de:

	PONDERACIÓN MIN	PONDERACIÓN MAX
Actividades de evaluación continua		
Participación en foros y otros medios participativos	5	10
Realización de trabajos, proyectos y casos	20	30
Realización de Talleres Virtuales	20	20
Test de autoevaluación	5	10
Prueba de evaluación final presencial	40	40

Participar en la evaluación continua supone consumir la convocatoria ordinaria.

Evaluación Final:

Evaluación final:

Se realizará una prueba presencial, que constará de las siguientes partes:

- Parte teórica que consistirá en:
 - Un examen de preguntas de diferente tipología sobre el contenido teórico que supone un 40% de la nota final
 - Un examen de preguntas de diferente tipología sobre las actividades obligatorias de la asignatura que supone un 40% de la nota.

Para aprobar la asignatura es necesario aprobar cada parte con una nota igual o superior a 5.

- Parte práctica (20%). En el supuesto de que el/la estudiante haya realizado y no superado los talleres prácticos virtuales, deberán realizar un examen que consistirá en una prueba, de diferente tipología, relativa a los talleres prácticos virtuales.

Para aprobar la prueba de evaluación final es necesario superar ambas partes con nota igual o superior a 5.

Convocatoria Extraordinaria

En el caso de que el/la estudiante, tras la evaluación en convocatoria ordinaria, no adquiera las competencias descritas en esta guía, podrá realizar la convocatoria extraordinaria que seguirá los mismos criterios de la evaluación y calificación que la convocatoria ordinaria (continua o final).

Consistirá en una prueba presencial con preguntas, problemas y/o ejercicios que permitan valorar la adquisición por parte del/la estudiante de las competencias de dicha asignatura.

Para optar a la convocatoria extraordinaria, los/las estudiantes habrán tenido que realizar todos los talleres prácticos virtuales.

Los/las estudiantes que hayan realizado y no superado los talleres prácticos virtuales deberán realizar una prueba específica de los contenidos correspondientes, que deberán superar con nota igual o superior a 5.

En el supuesto de que el/la estudiante, por causas justas justificadas, no haya podido realizar los talleres prácticos virtuales, deberán realizar un examen práctico consistente en la realización de una prueba específica, que deberán superar con nota igual o superior a 5.

En el caso de que en la convocatoria ordinaria se haya aprobado la parte correspondiente a la evaluación continua se considera que el/la estudiante ha adquirido esas competencias, por lo que no es necesario que realice un examen correspondiente a esa parte.

En el supuesto de que el/la estudiante, por causas justas justificadas, no haya podido realizar los talleres prácticos virtuales, deberán realizar un examen práctico consistente en la realización de una prueba específica, que deberán superar con nota igual o superior a 5.

En el caso de que en la convocatoria ordinaria se haya aprobado la parte correspondiente a la evaluación continua se considera que el/la estudiante ha adquirido esas competencias, por lo que no es necesario que realice un examen correspondiente a esa parte.

6. BIBLIOGRAFÍA

1. Alegre Saz, L. Berné Manero, C. Galve Górriz, C. (2000). Fundamentos de economía de la empresa: perspectiva funcional. Barcelona: Editorial Ariel S.A.
2. Alonso Sebastián R., Serrano Bermejo A. (2008). Economía de la empresa agroalimentaria. Madrid: Ediciones Mundi-Prensa.
3. Araluce Letamendía M.M. (2000). Empresas de restauración alimentaria. Un sistema de gestión global. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
4. Barroso Castro, C. (Coord.). et al. (2012). Economía de la empresa. Madrid: Ediciones Pirámide.
5. Del Castillo Peces, C. Mateo Sanz, A. (2011). Dirección comercial, conceptos básicos. Madrid: Editorial OMM.
6. Dopacio, C.I., Lázaro Aguilera, I. et al. (2016). Fundamentos de economía de la empresa. Casos prácticos. Madrid: Ediciones Pirámide.

7. Figuerola Palomo, M. (1991). Elementos para el estudio de la economía de la empresa turística. Madrid: Editorial Síntesis S.A.
8. Figuerola Palomo, M. (1995). Economía para la gestión de empresas turísticas. Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S.A.
9. García Galán, M.M. Sanguino Galván, R. Et al. (2008). La economía de la empresa, en el espacio de educación superior. Madrid: Mc Graw Hil/Interamericana de España, S.A.U.
10. García Suárez, J.L. (Coord.) et al. (2013). Cálculo, análisis y gestión de costes. Guía práctica para su aplicación en la empresa. Madrid: Publicaciones Delta.
11. Méndez González G. Aguado Franco, J.C. (2006). La gestión financiera de las empresas turísticas. Madrid: International Thomson Editores.
12. Parra López, E. et al. (2006). Gestión y dirección de empresas turísticas. Madrid: Mc Graw Hil/Interamericana de España, S.A.U.
13. Reina M. Et al. (2011). Acciones web 2.0. Estrategias y herramientas empresariales del futuro. Madrid: Editorial Sanz y Torres S.L.
14. Samuelson P.A. Nordhaus W.D. (2006). Economía. Madrid, Madrid: Mc Graw Hil/Interamericana de España, S.A.U.
15. Santesmases Mestre, M. et al. (2011). Fundamentos de marketing. Madrid: Ediciones Pirámide.

7. OBSERVACIONES

Durante el desarrollo de las pruebas de evaluación han de seguirse las pautas marcadas en el Reglamento por el que se establecen las Normas de Convivencia de la Universidad de Alcalá, así como las posibles implicaciones de las irregularidades cometidas durante dichas pruebas, incluyendo las consecuencias por cometer fraude académico según el Reglamento de Régimen Disciplinario del Estudiantado de la Universidad de Alcalá.