

**DATOS DE LA ASIGNATURA****Denominación:** ECONOMÍA Y GESTIÓN DE LA EMPRESA ALIMENTARIA**Código:** 102211**Plan de estudios:** GRADO DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE LOS ALIMENTOS**Curso:** 1**Denominación del módulo al que pertenece:** FORMACIÓN BÁSICA COMÚN**Materia:** EMPRESA**Carácter:** BASICA**Duración:** SEGUNDO CUATRIMESTRE**Créditos ECTS:** 6**Horas de trabajo presencial:** 60**Porcentaje de presencialidad:** 40%**Horas de trabajo no presencial:** 90**Plataforma virtual:** No disponible todavía. Se informara al comienzo del Curso**DATOS DEL PROFESORADO****Nombre:** GARCIA MARTINEZ, ANTON RAFAEL (Coordinador/a)**Centro:** Facultad de Veterinaria**Departamento:** PRODUCCIÓN ANIMAL**área:** PRODUCCIÓN ANIMAL**Ubicación del despacho:** Edificio de Producción animal. Campus de Rabanales**E-Mail:** pa1gamaa@uco.es**Teléfono:** 957218745**URL web:****Nombre:** RAMOS REAL, FERNANDO (Coordinador/a)**Centro:** ETSIAM**Departamento:** ECONOMÍA, SOCIOLOGÍA Y POLITICA AGRARIAS**área:** ECONOMÍA, SOCIOLOGÍA Y POLÍTICA AGRARIA**Ubicación del despacho:** 3ª planta del Edificio C-5 (Gregor Mendel) Campus de Rabanales**E-Mail:** f.ramos@uco.es**Teléfono:** 957 21 84 43**URL web:****DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA****REQUISITOS Y RECOMENDACIONES****Requisitos previos establecidos en el plan de estudios**

Ninguno.

Recomendaciones

El alumno deberá haber cursado la asignatura de Matemáticas

COMPETENCIAS

CB4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
CU3	Potenciar los hábitos de búsqueda activa de empleo y la capacidad de emprendimiento.
CT1	Capacidad de expresarse correctamente en lengua española en su ámbito disciplinar.
CT4	Capacidad de aplicar los conocimientos teóricos a la práctica.
CT5	Capacidad de tomar decisiones.
CT6	Adquirir un compromiso ético.
CT8	Desarrollar un razonamiento crítico.
CT11	Capacidad de organización y planificación.
CT12	Capacidad de gestión de la información.
CE10	Conocer y aplicar los conocimientos básicos de economía, comercialización y gestión de empresas en industrias alimentarias.

OBJETIVOS

- Dentro del diseño del la Titulo de Grado en Ciencia y Tecnología de los Alimentos, que tiene un objetivo fundamentalmente tecnológico, esta asignatura se diseña para ofrecer a los alumnos una formación complementaria de los aspectos relacionados con la empresa alimentaria desde una perspectiva económica.
- Un primer objetivo instrumental pretende transmitir, a un nivel básico, los principios fundamentales de la Ciencia económica. El alumno deberá conocer el funcionamiento del denominado *Sistema de Economía de Mercado*
- El siguiente objetivo instrumental consiste en dar a conocer los aspectos relativos a la comercialización, la importancia que dicho concepto tiene para la puesta en valor de los productos agroalimentarios.
- Como último objetivo se pretende que los alumnos conozcan las principales técnicas de control de la actividad empresarial. Para ello deberán saber analizar e interpretar un balance. Para terminar deberán saber calcular la rentabilidad de una empresa así como la evaluación de inversiones, como herramientas para la toma de decisiones.

CONTENIDOS

1. Contenidos teóricos

BLOQUE 1: ECONOMÍA y EMPRESA: PRINCIPIOS BÁSICOS

TEMA 1. Bases conceptuales de economía y empresa. El entorno de la empresa agroalimentaria:

1.1. La Economía como Ciencia: Concepto de Economía

1.1.1. Ciencias Sociales y Ciencias Empíricas

1.1.2. La distinción entre Economía Positiva y Economía Normativa

1.1.3. Concepto de Economía: Microeconomía y Macroeconomía

1.2. Los Problemas económicos. La escasez

1.2.1. Factores de producción

1.2.2. Curva Frontera de Posibilidades de Producción

1.3. El mercado: El funcionamiento del sistema de precios

1.3.1. ¿Qué?, ¿Cómo? y ¿Para quién producir?

1.3.2. Los sistemas económicos

1.4. Flujo circular de la Renta

- 1.4.1. Los agentes económicos y su funcionamiento
- 1.4.2. Sistema financiero, el Estado y el Sector Exterior (Economía abierta)
- 1.4.3. Los desequilibrios macroeconómicos y sus consecuencias

1.5. Casos prácticos y cuestiones relacionadas con el tema

TEMA 2. La Demanda y la Oferta agroalimentarias: El comportamiento del consumidor y del productor

2.1. Comportamiento del consumidor y teoría de la demanda: La función de demanda

- 2.1.1. El comportamiento del consumidor
- 2.1.2. La teoría de la demanda

2.2. La teoría de la oferta:

- 2.2.1. La función de oferta
- 2.2.2. La curva de oferta

2.3. Análisis básico del funcionamiento del mercado: El equilibrio

- 2.3.1. Análisis estático
- 2.3.2. Análisis dinámico. El Teorema de la Telaraña

2.4. Efectos que producen los desplazamientos y los movimientos de las curvas de demanda y de oferta

2.5. La elasticidad de la oferta y la demanda

- 2.5.1. El concepto de elasticidad
- 2.5.2. Elasticidad-precio de la demanda: Bienes elásticos e inelásticos
- 2.5.3. Método gráfico del Cálculo de la elasticidad precio de la demanda
- 2.5.4. Elasticidad cruzada de la demanda: Bienes sustitutivos y complementarios
- 2.5.5. Elasticidad-renta de la demanda: Bienes normales e inferiores
- 2.5.6. Elasticidad-precio de la oferta

2.6. Elasticidad de la demanda y productos alimentarios.

- 2.6.1. La Ley de King
- 2.7. La elasticidad precio y los ingresos de los vendedores
- 2.8. Elasticidad Renta de la demanda y productos alimentarios.
 - 2.8.1. La Ley de Engel
- 2.9. Casos prácticos y cuestiones relacionadas con el tema

TEMA 3. La empresa agroalimentaria: Producción y costes

- 3.1. La empresa y el empresario: Algunos conceptos fundamentales
 - 3.1.1. Funciones y objetivos de la empresa
 - 3.1.2. Tipos de empresa: Formas jurídicas
 - 3.1.3. Áreas funcionales de la empresa (Trapecio de PORTER)
- 3.2. La producción. La Función de Producción
 - 3.2.1. Factores fijos y Factores variables
 - 3.2.2. Corto plazo y Largo Plazo
 - 3.2.3. Ley de los rendimientos decrecientes (Ley de Tourgot)
 - 3.2.4. Productividad total, media y marginal
 - 3.2.5. Las zonas de la Producción con un input variable
 - 3.2.5.1. Márgenes extensivo y margen intensivo
 - 3.2.5.2. La Elasticidad de producción de un factor
- 3.3. Los costes en la empresa
 - 3.3.1. Diferencias entre Gasto, Pago y Coste
 - 3.3.2. Costes implícitos y Costes explícitos
 - 3.3.3. El concepto de coste económico
- 3.4. La función de costes

- 3.4.1. Costes fijos y Costes variables
- 3.4.2. Costes totales, Costes medios y Costes marginales
- 3.5. La forma de la Curva de costes medios a Largo plazo y las 'Economías de Escala'
- 3.6. El Beneficio Económico
 - 3.6.1. El Ingreso Marginal igual al Coste Marginal
- 3.7. Casos prácticos y cuestiones relacionadas con el tema

TEMA 4. La empresa agroalimentaria frente a los diferentes tipos de mercados

- 4.1. Los mercados y sus tipos
- 4.2. Los mercados perfectamente competitivos:
 - 4.2.1. Las condiciones de la competencia perfecta.
 - 4.2.2. Equilibrio a largo y a corto plazo
 - 4.2.3. La curva de oferta del mercado competitivo
- 4.3. Los mercados de competencia imperfecta:
 - 4.3.1. *La competencia imperfecta; Monopolio, oligopolio y competencia monopolística*
 - 4.3.2. *Diferentes formas de intervención*
 - 4.3.3. *El Monopolio social*
- 4.4. Casos prácticos y cuestiones relacionadas con el tema

BLOQUE 2: LA ARTICULACION DEL SISTEMA AGROALIMENTARIO: RELACIONES ECONÓMICAS, COMERCIALIZACIÓN y MARKETING

TEMA 5. La articulación del Sistema Agroalimentario

- 5.1. Del producto agrario al producto alimentario
 - 5.1.1. Enfoque sistémico de la Cadena Agroalimentaria
 - 5.1.1.1. *La producción de materias primas agrarias*

5.1.1.2. *La Industria Agroalimentaria*

5.1.1.3. *La Gran Distribución*

5.1.1.4. *El consumo alimentario*

5.2. Modelos de Consumos alimentario

5.2.1. Países desarrollados

5.2.2. Países en vías de desarrollo

5.2.3. La Ley de King en el sector agroalimentario

5.2.4. La Ley de Engel en el sector agroalimentario

5.3. Casos prácticos y cuestiones relacionadas con el tema

TEMA 6. Comercialización agroalimentaria

6.1. La distribución de productos agroalimentarios. Conceptos y enfoques

6.2. Características de la comercialización agroalimentaria y aspectos a considerar

6.3. Agentes y canales de comercialización de alimentos

6.3.1. Intermediarios comerciales: corredores, minoristas y mayoristas

6.3.1.1. La industria agroalimentaria como agente de la comercialización: sus características particulares

6.3.1.2. Localización de las industrias agroalimentarias

6.3.2. Canales de distribución en los productos agroalimentarios

6.3.2.1. Integración de agentes en los canales

6.3.2.2. Cadenas comerciales de distribución de productos agroalimentarios

6.3.3. Actuación colectiva en el Sector Agroalimentario

6.3.3.1. Concentración de la oferta por las cooperativas de productores

TEMA 7. Marketing agroalimentario: motivaciones de compra en el mercado agroalimentario

7.1. Definiciones y conceptos del Marketing

7.2. MARKETING ESTRATEGICO

7.2.1. Funciones del Marketing Estratégico

7.2.1.1. Comportamiento del consumidor

7.2.1.2. Segmentación de los mercados

7.2.1.3. Posicionamiento en el mercado

7.3. MARKETING OPERATIVO

7.3.1. Funciones del Marketing Operativo (Las cuatro P)

7.3.1.1. Producto/ Servicio/ Marca

7.3.1.1.1. El ciclo de vida del producto

7.3.1.1.2. La calidad como estrategia: Trazabilidad y denominaciones de calidad en los productos agroalimentarios

7.3.1.2. Precio

7.3.1.3. Promoción (Comunicación y publicidad)

7.3.1.3.1. Las motivaciones del consumidor y el papel de la publicidad

7.3.1.4. Distribución y Lugar

7.4. Plan de Marketing de la empresa

7.5. Casos prácticos y cuestiones relacionadas con el tema

BLOQUE 3: GESTION DE EMPRESAS Y SELECCIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN

TEMA 8. La información contable de la empresa agroalimentaria

8.1. El patrimonio de la empresa: El Balance de Situación

8.1.1. El Activo

8.1.2. El Pasivo

8.1.3. El Patrimonio Neto

8.1.3.1. Fondos y otras partidas que lo componen

8.1.3.2. Movilización y materialización de los fondos y provisiones.

8.2. El resultado de la empresa: La Cuenta de Pérdidas y Ganancias

8.2.1. Concepto de amortización técnica y diferentes procedimientos para su cálculo

8.2.2. Ganancia, beneficio y Flujos de Caja (*Cash Flow*)

8.3. Casos prácticos y cuestiones relacionadas con el tema

TEMA 9. La información financiera de la empresa agroalimentaria

9.1. Financiación y autofinanciación

9.1.1. Financiación ajena a corto plazo: la letra de cambio y las pólizas de crédito.

9.1.2. Préstamos bancarios: amortización financiera, métodos para su cálculo y plan de amortización

9.1.3. Empréstitos: diferentes formas de emisión.

9.1.4. Plan de amortización de un empréstito.

9.2. El análisis económico y financiero mediante ratios

9.2.1. Rentabilidad

9.2.2. Cifra de negocios

9.2.3. Inmovilización de capitales

9.2.4. Tesorería

9.2.5. Liquidez

9.2.6. Solvencia

9.3. Casos prácticos y cuestiones relacionadas con el tema

TEMA 10. Evaluación financiera de Proyectos de Inversión en la empresa agroalimentaria

10.1. Características financieras de las inversiones

10.2. Conceptos básicos de la evaluación de inversiones

- 10.2.1. Pago de Inversión
- 10.2.2. Vida del Proyecto
- 10.2.3. Flujos de caja
- 10.3. Criterios que dependen del tipo de capitalización
 - 10.3.1. Criterio del valor actual neto (VAN)
 - 10.3.2. Relación Beneficio / Inversión
 - 10.3.3. Criterio de la Tasa de Rendimiento Interno (TIR)
 - 10.3.4. Criterio del plazo de recuperación (*Pay Back*)
- 10.4. Comparación y jerarquización de proyectos de inversión
- 10.5. Fuentes de financiación de la empresa
- 10.6. Casos prácticos y cuestiones relacionadas con el tema

2. Contenidos prácticos

BLOQUE I y II

- o Ejercicios de aplicación de los conceptos teóricos.
- o Los alumnos desarrollarán en seminarios la discusión crítica, de los resultados de las actividades no presenciales encargadas por el profesor.

BLOQUE III

- o Resolución de ejercicios de los diferentes temas del programa teórico.
- o Análisis de balances de diferentes tipos de empresas.
- o Análisis de la rentabilidad de proyectos de inversión.

METODOLOGÍA

Adaptaciones metodológicas para alumnado a tiempo parcial

En el caso de los alumnos a tiempo parcial, la metodología se adaptará a las condiciones particulares de los mismos y se negociarán dichas condiciones **al principio del curso**

Se le hará un seguimiento y acompañamiento tutelado

Actividades presenciales

Actividad	Grupo completo	Grupo mediano	Total
<i>Actividades de evaluación</i>	2	-	2
<i>Estudio de casos</i>	-	18	18
<i>Lección magistral</i>	40	-	40
Total horas:	42	18	60

Actividades no presenciales

Actividad	Total
<i>Búsqueda de información</i>	12
<i>Ejercicios</i>	6
<i>Estudio</i>	72
Total horas:	90

MATERIAL DE TRABAJO PARA EL ALUMNADO

Casos y supuestos prácticos - *Se desarrollaran de forma presencial en el aula*

Dossier de documentación - *En el aula virtual, los alumnos dispondran de la documentacion necesaria para cada tema*

Ejercicios y problemas - *Se suministraran herramientas informaticas y ejercicios para resolver individualmente*

Guías de Estudio de ciertos temas, como referencia

EVALUACIÓN

Competencias	Instrumentos			
	Asistencia (lista de control)	Examen tipo test	Pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas	Pruebas de respuesta corta
CB4	x	x		x
CE10	x	x	x	x
CT1	x			x
CT11		x	x	x
CT12			x	x
CT4			x	
CT5		x	x	
CT6	x		x	
CT8			x	x
CU3			x	
Total (100%)	15%	18%	25%	42%
Nota mínima.(*)	0	4	0	4

(*) Nota mínima para aprobar la asignatura.

Aclaraciones generales sobre los instrumentos de evaluación:

Sólo se compensarán las notas de los diferentes apartdos, si se alcanzan las notas mínimas indicadas. En concreto, superar una nota mínima de CUATRO en el examen

Aclaraciones de evaluación para el alumnado a tiempo parcial:

En el caso de los alumnos a tiempo parcial, se considerará la evaluación teniendo en cuenta sus condiciones particulares **que serán negociadas al principio del curso.**

Criterios de calificación para la obtención de Matrícula de Honor: *Obtendrán la calificación de matrícula de honor, quienes obtuviesen las calificaciones más altas por encima de nueve*

¿Hay exámenes/pruebas parciales?: *No*

BIBLIOGRAFÍA

1. Bibliografía básica:

BLOQUE I: MOCHON, F. (2006). Principios de Economía. Mc Graw Hill. Madrid.

BLOQUE II: CALDENTEY, P.; HARO, T. (2004). Comercialización de productos agrarios. 5ª edición. Coeditado por: Ed. Agrícola Española y Mundi-Prensa. Madrid.

BLOQUE III: ALONSO, R. y SERRANO, A. (2004).- Economía de la Empresa Agroalimentaria. Mundi-Prensa. Madrid

2. Bibliografía complementaria:

o BLANCO, J.M (2008). Economía, Teoría y Práctica. Mc Graw Hill. Madrid.

CRITERIOS DE COORDINACIÓN

- Criterios de evaluación comunes

Aclaraciones:

Se utilizarán análogas técnicas de evaluación que en otras disciplinas.

CRONOGRAMA

Periodo	Actividad		
	Actividades de evaluación	Estudio de casos	Lección magistral
1ª Semana	0	0	4
2ª Semana	0	0	4
3ª Semana	0	0	4
4ª Semana	0	0	4
5ª Semana	0	0	4
6ª Semana	0	2	4
7ª Semana	0	2	2
8ª Semana	0	2	2
9ª Semana	0	2	2
10ª Semana	0	2	2
11ª Semana	0	2	2
12ª Semana	0	2	2
13ª Semana	0	2	2
14ª Semana	2	2	2
Total horas:	2	18	40