

**Proyecto/Guía docente de: Economía y Gestión de Empresas Alimentarias**

<b>Asignatura</b>	<b>Economía y Gestión de Empresas Alimentarias</b>		
<b>Materia</b>	Higiene, Seguridad y Calidad		
<b>Módulo</b>	Higiene, Seguridad Alimentaria y Gestión de Calidad		
<b>Titulación</b>	Grado en Nutrición Humana y Dietética		
<b>Plan</b>	Plan 2010	<b>Código</b>	45823
<b>Periodo de impartición</b>	Quinto semestre	<b>Tipo/Carácter</b>	Obligatoria
<b>Nivel/Ciclo</b>	Grado	<b>Curso</b>	2019-2020
<b>Créditos ECTS</b>	6		
<b>Lengua en que se imparte</b>	Español		
<b>Profesor/es responsable/s</b>	Belén Miranda Escolar Pedro Benito Moyano Pesquera		
<b>Datos de contacto (E-mail, teléfono...)</b>	E-mail: <a href="mailto:belen@eco.uva.es">belen@eco.uva.es</a> E-mail: <a href="mailto:moyano@eco.uva.es">moyano@eco.uva.es</a> Tfno.: 983.18.59.50		
<b>Horario de tutorías</b>	<b>Profesora Miranda Escolar:</b> Martes y miércoles de 10:00 a 13:00 horas. Lugar: <i>Unidad Docente de Política Económica. Departamento de Economía Aplicada</i> de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Valladolid (Despacho 331. Tercera planta, tercer módulo). <b>Profesor Moyano Pesquera:</b> Lunes y martes de 11:00 a 13:00 horas. Jueves de 9:00 a 11:00 horas. Lugar: ETSI Telecomunicación (Despacho 2L014. Segunda planta).		
<b>Departamento</b>	Economía Aplicada		



## 1. Situación / Sentido de la Asignatura

### 1.1 Contextualización

En los momentos actuales, nadie se atrevería a cuestionar la importancia que ha adquirido la Economía en las relaciones que se establecen entre los seres humanos. Nuestra asignatura, *Economía y Gestión de Empresas Alimentarias*, no es ajena a la dimensión que ha alcanzado este hecho y a la responsabilidad científica que le corresponde tanto a la hora de efectuar el análisis y la interpretación de los acontecimientos de carácter económico, como a la de ofrecer distintas soluciones para resolver los problemas de un entorno que cada vez se vuelve más complejo.

Se trata de la única asignatura del Plan de Estudios dedicada al aprendizaje de conocimientos en el ámbito de la Economía y la Empresa que tiene como objetivo facilitar la adquisición de competencias específicas en este campo; es decir, introducir a los alumnos en los principales conceptos y el razonamiento analítico de la *Economía y la Gestión de Empresas* para la toma de decisiones, con una orientación eminentemente práctica hacia el sector agroalimentario.

### 1.2 Relación con otras materias

Aunque se trata de la única asignatura de Economía que se imparte en el Plan de Estudios del Grado en Nutrición Humana y Dietética, pueden encontrarse algunas relaciones puntuales con las siguientes asignaturas:

- Ciencias del comportamiento y la Comunicación.
- Normalización y Legislación Alimentaria.
- Higiene y Seguridad Alimentaria.

### 1.3 Prerrequisitos

El alumno del Grado en Nutrición Humana y Dietética se enfrenta por primera vez, en el Tercer Curso del Plan de Estudios, a la asignatura de *Economía y Gestión de Empresas Alimentarias*. En realidad, no se precisa ninguna cualidad específica para abordar eficazmente el estudio de los temas que se presentan en el *Programa*. En el aprendizaje de la asignatura lo más importante que debe tomar en consideración el alumno es la **comprensión** de los conceptos económico-financieros, los procesos que determinan la toma de decisiones por parte de los agentes económicos (consumidores, productores, sector público) y las consecuencias que se derivan de ellas.

Los únicos prerrequisitos que se precisan son los de acceso al Grado en Nutrición Humana y Dietética.



## 2. Competencias

### 2.1 Generales

- CG.1.1. Reconocer los elementos esenciales de la profesión de del dietista-nutricionista, incluyendo los principios éticos, responsabilidades legales y 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.
- CG.1.2. Desarrollar la capacidad para ejercer la profesión con respeto a otros profesionales de la salud, adquiriendo habilidades para trabajar en equipo.
- CG.1.3. Reconocer las propias limitaciones y 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.
- CG.2.1. Aprender a comunicar 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.
- CG.6.1. Asesorar en el desarrollo, comercialización, etiquetado, comunicación y marketing de los productos alimenticios de acuerdo a las necesidades sociales, los conocimientos científicos y legislación vigente.

### 2.2 Específicas

- CE3.6. Conocer los aspectos relacionados con la economía y gestión de las empresas alimentarias.
- CE3.EG.1. Aprender a comunicar 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.
- CE3.EG.2. Poseer y comprender conocimientos básicos de Economía y Empresa aplicados al sector agroalimentario que alcancen el nivel propio de los libros de texto avanzados e incluyan también algunos aspectos que se sitúan en la vanguardia de la Ciencia Económica.
- CE3.EG.3. Conocer los elementos clave para el asesoramiento científico y técnico en el desarrollo, comercialización, etiquetado, comunicación y marketing de los productos alimenticios de acuerdo a las necesidades sociales, los objetivos empresariales y la legislación vigente.
- CE3.EG.4. Conocer y comprender la importancia de las etapas por las que atraviesa el diseño, la organización y la gestión de los distintos servicios de alimentación.
- CE3.EG.5. Comprender la importancia de implantar sistemas de calidad en la empresa agroalimentaria y, en especial, los sistemas de calidad total, y conocer los elementos y mecanismos adecuados para su adecuada implantación.
- CE3.EG.6. Adquirir los conocimientos básicos que permitan participar en los equipos empresariales de marketing social, publicidad y alegaciones saludables, asesorando sobre el correcto mensaje a transmitir al consumidor.
- CE3.EG.7. Conocer los elementos clave de la protección del consumidor, en el marco de la seguridad alimentaria, la protección del medio ambiente y el desarrollo sostenible, así como los instrumentos económicos más apropiados para conseguirlo de una manera eficiente.
- CE3.EGA.1. Poseer un conocimiento adecuado del concepto de empresa, su marco institucional y jurídico, así como los elementos básicos de la organización, la gestión y la comercialización.
- CE3.EGA.2. Conocer los aspectos económico-financieros de los agentes económicos (empresas, economías domésticas y sector público) y los factores determinantes de su comportamiento a la hora de tomar decisiones de carácter económico.
- CE3.EGA.3. Conocer los instrumentos económicos disponibles, así como sus ventajas e inconvenientes, para diseñar políticas agroalimentarias y sus efectos sobre los objetivos de carácter socioeconómico.
- CE3.EGA.4. Adquirir la formación básica para la actividad investigadora, siendo capaces de formular hipótesis, recoger e interpretar la información para la resolución de problemas de carácter económico-financiero siguiendo el método científico y comprendiendo las limitaciones del pensamiento económico.
- CE3.EGA.5. Saber aplicar los conocimientos adquiridos al trabajo profesional de un dietista-nutricionista, y poseer las competencias que suelen demostrarse mediante la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas de carácter económico.



- CE3.EGA.6. Poseer habilidad para buscar, filtrar, procesar e interpretar económicamente diversas fuentes de información (bibliografía y estadísticas), tanto en lengua española como inglesa, mediante diferentes herramientas, incluyendo los recursos telemáticos.
- CE3.EGA.7. Demostrar capacidad intelectual para el pensamiento analítico, la interpretación económica de documentos y bases de datos, y el desarrollo de un espíritu crítico ante el saber establecido.
- CE3.EGA.8. Poder transmitir (oralmente y por escrito) información, ideas, problemas y soluciones, relacionados con aspectos económicos y de empresa, a públicos especializados y no especializados de forma, ordenada, concisa, clara, sin ambigüedades y siguiendo una secuencia lógica.
- CE3.EGA.9. Adquirir la capacidad para trabajar en equipo, demostrando habilidad para coordinar personas y tareas concretas, aceptando o refutando mediante razonamientos lógicos los argumentos de los demás y contribuyendo con profesionalidad al buen funcionamiento y organización del grupo sobre la base del respeto mutuo.
- CE3.EGA.10. Gestionar de forma eficiente el tiempo, tanto en el trabajo individual como en equipo, así como planificar y organizar los recursos disponibles estableciendo prioridades y demostrando capacidad para tomar decisiones y afrontar dificultades cuando éstas aparezcan.





### 3. Objetivos

- Aplicar los principios básicos de la Economía y de la Empresa al sector agroalimentario.
- Comprender e interpretar el marco económico, jurídico e institucional de la empresa, en general, y de la empresa agroalimentaria, en particular, reconociendo el papel que desempeñan los diferentes agentes en él.
- Identificar los distintos tipos de empresas y las características de las estructuras de mercado en las que operan las empresas del sector agroalimentario.
- Comprender e interpretar a nivel básico información contable (*Balance de Situación y Cuenta de Resultados*) y extraer conclusiones de carácter económico-financieras en virtud de determinadas *ratios*.
- Distinguir los diferentes tipos de costes en los que incurre una empresa y sus diferentes fuentes de financiación.
- Redactar informes económico-financieros de empresas del sector agroalimentario demostrando un uso correcto de los conceptos económicos y capacidad para proponer recomendaciones.
- Aprender a elaborar un plan de empresa (estudio de mercado y financiación), identificando oportunidades de negocio (evaluación y elección), y saber vender un proyecto (marketing y ventas).
- Presentar los resultados de los estudios y análisis, tanto de forma escrita como oral, de manera ordenada, clara y comprensible para todo tipo de públicos.
- Trabajar en equipo y desarrollar la capacidad necesaria para contribuir al logro de los objetivos del grupo.





#### 4. Bloques temáticos

##### **Bloque 1: Economía y Empresa**

Carga de trabajo en créditos ECTS:

##### **a. Contextualización y justificación**

No es posible abordar el estudio de una asignatura de estas características en una Titulación, como es el *Grado en Nutrición Humana y Dietética*, en la que los temas de Economía y Gestión de Empresas no son precisamente el grueso del Plan de Estudios, sin dedicar un tema a sentar las bases conceptuales y metodológicas, así como los principios básicos del funcionamiento de los mercados y de los agentes económicos (economías domésticas, empresas, sector público y sector exterior). Este *Bloque 1* consta de cuatro temas. En los tres primeros se estudia: el entorno en el que la empresa agroalimentaria desarrolla su actividad económica; el comportamiento del consumidor y de las empresas en el marco de las leyes de la oferta y de la demanda; y, el papel del empresario, como generador de empleo y riqueza, abocado a tomar una serie de decisiones (qué, cómo y para quién producir) en un ambiente de riesgo e incertidumbre marcado, entre otras, por las restricciones que impone el tipo de mercado en el que opera (regulación, competencia, costes,...).

En el cuarto y último tema que integra este *Bloque 1* se incide en los cambios que se han registrado en los últimos tiempos en la gestión de la producción y en su distribución que ha afectado a todos los sectores de la actividad económica y, de manera especial, al sector agroalimentario. Estos cambios han venido originados, fundamentalmente, por la transformación que ha sufrido el mercado en su conjunto cuya orientación ha pasado de estar basada en la oferta a centrarse en la demanda. Hoy, el cliente es quien condiciona la propia evolución del proceso productivo: la fabricación de productos a medida y la satisfacción en plazos de entrega han propiciado la aparición de nuevas técnicas de producción y comercialización, más flexibles y personalizadas, a las que habría que añadir las posibilidades que abre la economía digital vinculada a las plataformas de comunicación, bien a través de internet o de dispositivos móviles.

Uno de los problemas más importantes de los procesos productivos es la manera de gestionar los *stocks* (conjunto de mercancías o artículos acumulados en almacén en espera de ser vendidos o utilizados en el proceso productivo), dado que las empresas se aprovisionan de diferentes productos para llevar a cabo su actividad productiva y necesita unos almacenes para guardarlos. Planificar, organizar y controlar el conjunto de *stocks*, considerando los factores de los que éstos dependen (demanda, costes de gestión, plazo de entrega, caducidad, espacio, fuentes de financiación, ...), son tareas imprescindibles en la cadena agroalimentaria. Pero de nada sirve contar con un buen producto o servicio a un buen precio si no se dispone de los canales de distribución adecuados para su venta. Su composición, sus características y las estrategias de marketing, así como el papel de la publicidad a la hora de influir en las *motivaciones de compra del consumidor* se estudian también en este *Bloque* temático.

##### **b. Objetivos de aprendizaje**

Al finalizar este bloque temático el alumno deberá ser capaz de:

- Aplicar los principios básicos de la Economía y de la Empresa al sector agroalimentario.
- Comprender e interpretar el marco económico, jurídico e institucional de la empresa, en general, y de la empresa agroalimentaria, en particular, reconociendo el papel que desempeñan los diferentes agentes.
- Reconocer las ventajas y los fallos del mercado y del sector público
- Saber explicar el funcionamiento del flujo circular de la renta y las leyes de la oferta y la demanda.
- Comprender el concepto de elasticidad, identificar sus clases, saber calcular cada una de ellas e interpretar el significado económico de los resultados.
- Caracterizar el papel del emprendedor (empresario) en la economía.
- Identificar los diferentes tipos de empresa en función de distintos criterios.
- Reconocer las áreas funcionales de la empresa
- Distinguir los diferentes tipos de costes en la empresa.
- Conocer las características y el funcionamiento de los diferentes tipos de mercado.
- Identificar los principales factores a considerar para mejorar la eficiencia en la gestión de *stocks*.
- Comprender e interpretar los diferentes modelos de gestión de *stocks* identificando sus ventajas e inconvenientes.
- Distinguir los diferentes canales de distribución, su composición y eficiencia, así como los intermediarios mayoristas y minoristas.



- Analizar y plantear estrategias de comercialización en el sector agroalimentario.

### c. Contenidos

#### **TEMA 1. Bases conceptuales de economía y empresa. El entorno de la empresa agroalimentaria: Mercado y sector público**

- 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. El mercado: ¿Qué?, ¿Cómo? y ¿Para quién producir? Los sistemas económicos
- 1.3. El marco de las actividades económicas
  - 1.3.1. Los fallos del mercado: La necesidad de la intervención pública
  - 1.3.2. Los fallos del sector público
- 1.4. El concepto de política económica: Objetivos e instrumentos
  - 1.4.1. Objetivos
  - 1.4.2. Instrumentos
  - 1.4.3. Política económica y sector agroalimentario
- 1.5. Casos prácticos y cuestiones relacionadas con el tema

#### **TEMA 2. La oferta y la demanda agroalimentarias: El comportamiento del consumidor**

- 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
  - 2.1.3. Las motivaciones de compra (consumo)
- 2.2. La frontera de posibilidades de producción y la teoría de la oferta: La función de oferta
  - 2.2.1. La frontera de posibilidades de producción
  - 2.2.2. La teoría de la oferta
- 2.3. Análisis básico del funcionamiento del mercado: El equilibrio
- 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. Elasticidad cruzada de la demanda: Bienes sustitutos y complementarios
  - 2.5.4. Elasticidad-renta de la demanda: Bienes normales e inferiores
  - 2.5.5. Elasticidad-precio de la oferta
- 2.6. Elasticidad de la demanda y alimentos
- 2.7. La elasticidad precio y los ingresos de los vendedores
- 2.8. Efecto-renta y efecto-sustitución
- 2.9. Casos prácticos y cuestiones relacionadas con el tema

#### **TEMA 3. La empresa agroalimentaria y los mercados: Producción y costes**

- 3.1. La empresa y el empresario: Algunos conceptos fundamentales
  - 3.1.1. Tipos de empresa: Formas jurídicas
  - 3.1.2. Principios y objetivos de la empresa
  - 3.1.3. Áreas funcionales de la empresa
- 3.2. Los mercados
  - 3.2.1. Los mercados perfectamente competitivos: Características.
  - 3.2.2. Los mercados imperfectamente competitivos
    - 3.2.2.1. *Los mercados intervenidos*
    - 3.2.2.2. *La competencia imperfecta; Monopolio, oligopolio y competencia monopolística*
- 3.3. La producción y los costes en la empresa
  - 3.3.1. La función de producción
  - 3.3.2. La función de costes
- 3.4. Casos prácticos y cuestiones relacionadas con el tema

#### **TEMA 4. Producción, distribución y comercialización. Buenas prácticas en la gestión de empresas agroalimentarias**

- 4.1. El producto agroalimentario
  - 4.1.1. Técnicas de producción y de aprovisionamiento
    - 4.1.1.1. *Evolución temporal del stock*
    - 4.1.1.2. *Gestión basada en una cantidad fija de pedido*
    - 4.1.1.3. *Gestión por restablecimiento del nivel máximo de existencias*



- 4.1.1.4. *Gestión por dos almacenes o sistema de restablecimiento condicional*
- 4.1.1.5. *Ventajas e inconvenientes de estos sistemas*
- 4.1.2. El producto
- 4.1.3. El ciclo de vida del producto
- 4.2. La distribución de productos agroalimentarios
  - 4.2.1. Intermediarios comerciales: Minoristas y mayoristas
  - 4.2.2. Canales de distribución en los productos agroalimentarios
    - 4.2.2.1. *Concentración de la oferta por las cooperativas de productores (agrarias y pesqueras)*
    - 4.2.2.2. *Acuerdos colectivos negociados por sindicatos o asociaciones de productores*
    - 4.2.2.3. *Cooperativas de productores con el apoyo funcional de un mercado en origen*
  - 4.2.3. Las relaciones verticales en el canal: relación fabricante-distribuidor
  - 4.2.4. El comercio electrónico
- 4.3. Estrategias de comercialización en los productos agroalimentarios
- 4.4. La calidad como estrategia: *Trazabilidad* y denominaciones de calidad en los productos agroalimentarios
- 4.5. Casos prácticos y cuestiones relacionadas con el tema

#### d. Métodos docentes

---

##### Clases de Teoría y Prácticas en Aula (Actividades Presenciales):

- Clase magistral participativa.
- Resolución de ejercicios-problemas, cuestiones teórico-prácticas y preguntas de test sobre la materia impartida en este tema del *Programa*. (*Prácticas en Aula*).
- Elaboración de estudios de mercado en el sector de la alimentación, analizando los factores que caracterizan la demanda de los diferentes agentes económicos (economías domésticas, empresas, sector público y sector exterior).
- Elaboración de un diagnóstico (*Análisis DAFO*) sobre la situación de la distribución de alimentos en Europa y España, su evolución y características por sectores y formatos, a partir de series de datos.
- Realización de casos prácticos sobre empresas de alimentación. (*Estudio del caso*).
- Análisis de artículos aparecidos en revistas especializadas y/o en prensa sobre los aspectos tratados en este Bloque.
- Tutorías personalizadas con cada uno de los grupos constituidos para la realización de las *Prácticas en Grupo*.

##### Prácticas en Grupo (Actividades No Presenciales):

- Deberán constituirse grupos de trabajo de **3 o 4 personas (máximo)**. Se mantendrán los **mismos grupos** para todas las prácticas.
- Los objetivos que se pretenden conseguir con estas tres *Prácticas en Grupo* son los siguientes:
  - Aprender a trabajar en equipo y gestionar el tiempo y los recursos de forma eficiente.
  - Fomentar el pensamiento creativo y la generación de ideas.
  - Saber extraer lo fundamental de lo accesorio en una exposición oral en público.
  - Identificar oportunidades de negocio (evaluación y elección).
  - Aprender a elaborar un plan de empresa (estudio de mercado y financiación).
  - Saber vender un proyecto (marketing y ventas).
  - Demostrar que es posible ser empresario (autoempleo).

#### e. Plan de trabajo

---

##### Semanas 1 a 8:

- Comienzo el martes, 11 de septiembre de 2019, de 17:00 a 19:00 horas.
- Todos los martes de 17:00 a 19:00 horas.
- Todos los miércoles de 16:00 a 18:00 horas.
- En la semana 3 se realizará un Seminario en el que se explicarán las pautas para la realización de las **Prácticas en Grupo obligatorias** que deberán realizar los alumnos a lo largo de todo el cuatrimestre.

#### f. Evaluación

---





La evaluación de los conocimientos y de las competencias adquiridas se realizará a partir de:

- Valoración de la actitud y participación del alumno en las actividades formativas.
- Resolución de las prácticas propuestas.
- Exposición oral y/o escrita de las *Prácticas en Grupo* realizadas por los alumnos.
- Examen final escrito al terminar el cuatrimestre (Convocatoria Ordinaria: martes, 7 de enero de 2020. Convocatoria Extraordinaria: viernes, 31 de enero de 2020).

### g. Bibliografía básica

- ALONSO SEBASTIÁN, R. y SERRANO BERMEJO, A. (2000): *Economía de la empresa agroalimentaria*. Madrid: Ediciones Mundi-Prensa; ISBN: 84-7114-915-X
- APARICIO, G. y ZORRILLA, P. (2015): *Distribución comercial en la era omnicanal*. Madrid. Ediciones Pirámide; ISBN: 978-84-368-3284-6
- BALLESTERO, E. (2000): *Economía de la empresa agraria y alimentaria*. Madrid: Ediciones Mundi-Prensa; ISBN: 84-7114-863-3
- BARONA VILAR, J.L. (2014): *La medicalización del hambre: Economía Política de la alimentación en Europa 1918-1960*. Barcelona: Icaria Editorial; ISBN: 978-84-9888-582-8
- CRUZ ROCHE, I. (2012): *Canales de distribución. Especial referencia a los productos de alimentación*. Madrid: Ediciones Pirámide; ISBN: 978-84-368-2750-7
- GIMENO, J.A.; GONZÁLEZ, M.C GUIROLA, J.M.; y, RUÍZ-HUERTA, J. (2011): *Principios de Economía*. Tercera Edición. Madrid: McGraw-Hill; ISBN: 978-84-481-7990-8
- GONZÁLEZ DOMÍNGUEZ, F.J. (2012): *Creación de empresas. Guía del emprendedor. 4ª Edición*. Madrid: Ediciones Pirámide; ISBN: 978-84-368-2690-6
- KOTLER, P. y ARMSTRONG, G. (2013): *Fundamentos de Marketing*. Undécima Edición. México: Pearson; ISBN: 978-607-32-1722-4
- KRUGMAN, P.; WELLS, R.; y OLNEY, M.L. (2008): *Fundamentos de Economía*. Barcelona. Editorial Reverté; ISBN: 978-84-291-2633-4
- LÓPEZ GARCÍA, J.L. (1999): *Calidad alimentaria: Riesgos y controles en la agroindustria*. Colección Tecnología de los alimentos. Madrid: Ediciones Mundi-Prensa; ISBN: 84-7114-811-0
- MANKIWI, N. (1998): *Principios de Economía*. Madrid: McGraw-Hill; ISBN: 84-481-1422-1
- MERCASA (2019): *Alimentación en España, 2018: Producción, Industria, Distribución y Consumo*. MERCASA. Madrid. Edición electrónica disponible en: <http://bit.ly/2IouW42>
- MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN (2019): *Líneas Estratégicas para la Internacionalización del Sector Agroalimentario*. Disponible en: <http://bit.ly/2IQsubZ>
- MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN (2019): *Anuario de Estadística. Avance 2018*. Madrid. Disponible en: <http://bit.ly/2WRG4Wk>
- MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO (2011): *La distribución comercial en España en 2010*. Boletín Económico de Información Comercial Española, Nº 3.015.
- MOCHÓN, F. (2009): *Economía. Teoría y Política*. Sexta Edición. Madrid: McGraw-Hill; ISBN: 978-84-481-7084-4
- PUELLES PÉREZ, J.A.; GÓMEZ SUÁREZ, M. y PUELLES GALLO, M. (Coords.) (2011): *Marcas de distribuidor. Concepto, evolución, protagonistas y adaptación a los ciclos económicos*. Madrid: Ediciones Pirámide; ISBN: 978-84-368-2467-4

### h. Bibliografía complementaria

- CRUZ ROCHE, I.; REBOLLO ARÉVALO, A.; y YAGÜE GUILLÉN, M<sup>a</sup>.J. (2003): "Concentración y competencia en los canales de distribución de productos alimenticios". *Papeles de Economía Española*, Nº 96.
- DÍAZ MÉNDEZ, C. y GÓMEZ BENITO, C. (Coord.) (2008): *Alimentación, consumo y salud*. Colección Estudios Sociales, Núm. 24. Barcelona. Fundación "La Caixa". Edición electrónica disponible en: <http://bit.ly/31DXtR0>
- ERRASTI, E. (2011): *Logística de almacenaje. Diseño y gestión de almacenes y plataformas logísticas world class warehousing*. Madrid: Ediciones Pirámide; ISBN: 978-84-368-2540-4.
- FELIPE BONETE, I. y BRIZ ESCRIBANO, J. (2004): "Seguridad y trazabilidad alimentaria en el contexto internacional. Crisis y evaluación de riesgos". *Boletín Económico de Información Comercial Española*, nº 2.790.
- FERNÁNDEZ ARUFE, J.E. (Coord.); GARCÍA CRESPO, M.; VALLÉS FERRER, J.; OGANDO CANABAL, O.; PEDROSA SANZ, R.; MIRANDA ESCOLAR, B.; GÓMEZ GARCÍA, J.M. y URUEÑA GUTIÉRREZ, B. (2006): *Principios de Política Económica: Ejercicios de test y cuestiones resueltas*. Madrid: Delta Publicaciones; ISBN: 84-96477-33-9.



- LÓPEZ GARCÍA, J.L. (1999): *Calidad alimentaria: Riesgos y controles en la agroindustria*. Colección Tecnología de los alimentos. Madrid: Ediciones Mundi-Prensa; ISBN: 84-7114-811-0
- MARTÍNEZ RUIZ, M.P. y JIMÉNEZ ZARCO, A.I. (2006): "La potenciación del origen en las estrategias de marketing de productos agroalimentarios: Objetivos, situación e implicaciones". *Boletín Económico de Información Comercial Española*, Nº 2.880.
- RODRÍGUEZ FUENTES, V. (Director) (2003): *El Derecho Agroalimentario*. Colección de Derecho Empresarial Brosa. Barcelona: J.M. Bosch Editor; ISBN: 978-84-7698-693-6
- RODRÍGUEZ, S. (2009): *Busque, compare y, si encuentra un libro mejor, ¡cómpralo! Los anuncios que se quedaron en nuestra memoria*. Barcelona: Círculo de Lectores; ISBN: 978-84-672-3848-8
- SANTOS, J.; WYSK, R.A. y TORRES, J.M. (2015): *Mejorando la producción con lean thinking*. 2ª Edición. Madrid. Ediciones Pirámide; ISBN: 978-84-368-3282-2
- SASTRE, C. (2010): *McMundo: Un viaje por la sociedad de consumo*. Barcelona. Los Libros del Lince. ISBN: 978-84-937562-9-1
- SUBDIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO INTERNACIONAL DE MERCANCÍAS (2019): *La balanza comercial agroalimentaria en 2017*. Madrid: Ministerio de Industria Comercio y Turismo. Disponible en: <http://bit.ly/2KIkFyI>
- TANSEY, G. y RAJOTTE, T. (2009): *El Control Futuro de los Alimentos: Guía de negociaciones y reglas internacionales sobre la propiedad intelectual, la diversidad y la seguridad alimentaria*. Madrid: Ediciones Mundi-Prensa; ISBN: 978-84-8476-350-5
- WOLF, C.H. (1995): *Mercados o gobiernos. Elegir entre alternativas imperfectas*. Madrid: Instituto de Estudios Fiscales; ISBN: 978-84-4760-205-6

### i. Recursos necesarios

#### Clases de Teoría y Prácticas en Aula (Actividades Presenciales):

Serán necesarios los siguientes recursos, todos ellos facilitados por los profesores de la asignatura:

- *Material Docente* de la asignatura.
- Documentación complementaria facilitada por los profesores (artículos especializados, estadísticas,...).
- Pizarra, ordenador, proyector.

#### Prácticas en Grupo (Actividades No Presenciales):

Para la realización de las prácticas propuestas, los alumnos necesitarán:

- Ordenador con acceso a internet.
- Pautas para la realización de las prácticas propuestas que serán explicadas por los profesores de la asignatura en los Seminarios programados y en las Tutorías personalizadas que se tendrán periódicamente con cada uno de los grupos.
- Documentos de apoyo que deberán buscar los alumnos de forma autónoma.

### Bloque 2: Valoración y selección de proyectos

Carga de trabajo en créditos ECTS:

#### a. Contextualización y justificación

La crisis financiera internacional iniciada en 2007, que desencadenó la actual crisis económica, puso al descubierto no sólo la debilidad del sistema financiero de muchos países, incluido España, sino, también, las nefastas consecuencias de decisiones financieras erróneas adoptadas por los agentes económicos (familias, empresas, sector público y sector exterior) que han elevado la tasa de endeudamiento de algunas economías hasta cotas insospechadas hace tan sólo una década. Evaluar si es viable un determinado proyecto de inversión, conocer las diferentes fuentes de financiación de la empresa, saber valorar su patrimonio (bienes, derechos y obligaciones) y los resultados del ejercicio, información esencial para poder analizar el comportamiento y la evolución de la empresa, tanto por razones internas (toma de decisiones, análisis de desviaciones) como externas (información a los propietarios y a la sociedad en general), a partir de su información contable, se convierte en una tarea esencial en las actividades de gestión. Todo ello justifica la necesidad de que el alumno de *Economía y Gestión de Empresas Alimentarias* adquiera unos conocimientos básicos sobre estas materias a partir del estudio de los dos Temas que integran este Bloque.

#### b. Objetivos de aprendizaje

Al finalizar este bloque temático el alumno deberá ser capaz de:



- Interpretar la información contable contenida en el *Balance* y en la *Cuenta de Pérdidas y Ganancias*.
- Calcular los márgenes de beneficios (BAAIT, BAIT, BAT, BN).
- Analizar la situación de la empresa a partir de la información contable disponible y de la utilización de los ratios básicos del análisis financiero-contable.
- Valorar y jerarquizar proyectos empresariales desde su perspectiva financiera y proponer alternativas de financiación disponibles para esos proyectos.
- Describir y valorar la pertinencia de las fuentes de financiación de la empresa.

### c. Contenidos

---

#### TEMA 5. La información contable y financiera de la empresa agroalimentaria

- 5.1. El patrimonio de la empresa: El *Balance de Situación*
  - 5.1.1. El activo
  - 5.1.2. El pasivo
  - 5.1.3. El patrimonio neto
- 5.2. El resultado de la empresa: La *Cuenta de Pérdidas y Ganancias*
- 5.3. La situación económica de la empresa mediante la información contable
- 5.4. El análisis financiero mediante ratios
  - 5.4.1. Situación financiera a corto plazo: liquidez
  - 5.4.2. Situación financiera a largo plazo: solvencia
- 5.5. El análisis económico: rentabilidad
  - 5.5.1. Rentabilidad económica
  - 5.5.2. Rentabilidad financiera
- 5.6. Casos prácticos y cuestiones relacionadas con el tema

#### TEMA 6. Las decisiones de inversión y financiación en la empresa agroalimentaria

- 6.1. Características financieras de las inversiones
- 6.2. Métodos cuantitativos de análisis de proyectos de inversión
  - 6.2.1. Criterio de la tasa de rendimiento interno (*TIR*)
  - 6.2.2. Criterio del plazo de recuperación (*pay back*)
  - 6.2.3. Criterio del valor actual neto (*VAN*)
- 6.3. Comparación y jerarquización de proyectos de inversión
- 6.4. Fuentes de financiación de la empresa
- 6.5. Casos prácticos y cuestiones relacionadas con el tema

### d. Métodos docentes

---

- Clase magistral participativa.
- Resolución de ejercicios-problemas, cuestiones teórico-prácticas y preguntas de test sobre la materia impartida en este tema del *Programa*. (*Prácticas en Aula*).
- Resolución de supuestos contables y financieros.
- Realización de casos prácticos sobre empresas de alimentación. (*Estudio del caso*).
- Análisis de artículos aparecidos en revistas especializadas y/o en prensa sobre los aspectos tratados en este Bloque.
- Tutorías personalizadas con cada uno de los grupos constituidos para la realización de las *Prácticas en Grupo*.

### e. Plan de trabajo

---

#### Semanas 9 a 12:

- Comienzo el martes, 20 de noviembre de 2019, de 17:00 a 19:00 horas.
- Todos los martes de 17:00 a 19:00 horas.
- Todos los miércoles de 16:00 a 18:00 horas.

### f. Evaluación

---

La evaluación de los conocimientos y de las competencias adquiridas se realizará a partir de:

- Valoración de la actitud y participación del alumno en las actividades formativas.





- Resolución de las prácticas propuestas.
- Exposición oral y escrita de las *Prácticas en Grupo* realizadas por los alumnos.
- Examen final escrito al terminar el cuatrimestre (Convocatoria Ordinaria: martes, 7 de enero de 2020. Convocatoria Extraordinaria: viernes, 31 de enero de 2020).

### g. Bibliografía básica

- AMAT SALAS, O. (2008) *Contabilidad y finanzas para no financieros*. Bilbao. Ediciones Deusto; ISBN: 978-84-234-2671-3.
- BALLESTERO, E. (2000): *Economía de la empresa agraria y alimentaria*. Madrid: Ediciones Mundi-Prensa; ISBN: 84-7114-863-3
- SUÁREZ SUÁREZ, A.S. (2005): *Decisiones óptimas de inversión y financiación en la empresa*. 21ª Edición. Madrid: Ediciones Pirámide; ISBN: 978-84-368-1899-4

### h. Bibliografía complementaria

- AMAT SALAS, O. (2008): *Análisis de estados financieros: fundamentos y aplicaciones*. Madrid. Gestión 2000; ISBN: 978-84-96612-96-9.
- AMAT SALAS, O. (2012): *Contabilidad y finanzas para dummies*. Barcelona. Ediciones CEAC; ISBN: 978-84-329-0017-4.
- ARCHEL DOMENECH, P.; LIZARRAGA DALLO, F.; SANCHÉZ ALEGRÍA, S. (2008): *Estados contables. Elaboración, análisis e interpretación*. Madrid. Ediciones Pirámide; ISBN: 978-84-368-3367-6.
- RIVERO TORRE, P. (2009): *Análisis de Balances y Estados Complementarios*. Madrid. Ediciones Pirámide; ISBN: 978-84-368-2306-6.
- RUIZ MARTÍNEZ, R.J. y GIL CORRAL, A.M. (2010): *Introducción a la dirección financiera*. Madrid. Editorial Síntesis; ISBN: 978-84-9756-895-1.

### i. Recursos necesarios

#### Clases de Teoría y Prácticas en Aula (Actividades Presenciales):

Serán necesarios los siguientes recursos, todos ellos facilitados por los profesores de la asignatura:

- *Material Docente* de la asignatura.
- Documentación complementaria facilitada por los profesores (artículos especializados, estadísticas,...).
- Pizarra, ordenador, proyector.

#### Prácticas en Grupo (Actividades No Presenciales):

Para la realización de las prácticas propuestas, los alumnos necesitarán:

- Ordenador con acceso a internet.
- Pautas para la realización de las prácticas propuestas que serán explicadas por los profesores de la asignatura en los Seminarios programados y en las Tutorías personalizadas que se tendrán periódicamente con cada uno de los grupos.
- Documentos de apoyo que deberán buscar los alumnos de forma autónoma.

## Bloque 3: *Creación de empresas y modelos de negocio en el sector agroalimentario*

Carga de trabajo en créditos ECTS:

### a. Contextualización y justificación

Todo proceso de creación de una empresa tiene su germen en la aparición de la idea de negocio, pero una cosa es tener una idea y otra materializarla en un producto o servicio. Cómo materializar la idea implica, entre otras muchas cosas, decidir las características de la empresa que habrá que crear para elaborar el producto o suministrar el servicio. El Plan de Negocio, Plan de Empresa o Business Plan es la herramienta fundamental para establecer los diferentes hitos, metas, puntos débiles y fortalezas de la idea de negocio, permitiendo analizar en profundidad la viabilidad real de la idea inicial.

Cualquier proyecto empresarial debe concretarse documentalmente en el Plan de Empresa. En él se recogerán de manera ordenada los elementos y acciones necesarios para crear, constituir y poner en marcha la nueva





empresa, reflejando ordenada y racionalmente todas las eventualidades del proyecto empresarial dentro de un determinado horizonte temporal. Por ello, el Plan de Empresa constituye un instrumento imprescindible tanto en la implementación de la empresa como en la gestión de sus primeros años de vida, sirviendo, a su vez, como tarjeta de presentación ante terceros.

Independientemente de su forma final, el Plan de Empresa se asienta en tres pilares: plan estratégico, plan de marketing y plan financiero. El plan estratégico recoge los elementos sobre los que se sustentará tanto la creación como la puesta en marcha: objeto social, objetivos a largo plazo, procesos y sistemas de trabajo, estructura organizativa, cultura empresarial, etc. El plan de marketing recoge todas las acciones que se piensan emprender relativas a producto, distribución, comunicación, ventas y precio. El plan financiero debe poner en evidencia la viabilidad del proyecto empresarial, mediante la valoración de la estructura económica y financiera de la empresa que se pretende crear, así como su viabilidad futura.

## b. Objetivos de aprendizaje

---

Al finalizar este bloque temático el alumno deberá ser capaz de:

- Conocer qué es y para qué se realiza un Plan de Negocio.
- Saber los elementos que debe incorporar un Plan de Negocio
- Elaborar un Plan de Negocio, técnicamente correcto.

## c. Contenidos

---

### TEMA 7. El proceso de creación de una nueva empresa

- 7.1. El acceso a la actividad empresarial
- 7.2. La creación de una empresa
- 7.3. La idea de negocio y su viabilidad
- 7.4. De la idea al modelo de negocio
- 7.5. La metodología *Canvas*

### TEMA 8. Del modelo de negocio al Plan de Empresa

- 8.1. Qué es y para qué se realiza un Plan de Empresa
- 8.2. Contenido de un Plan de Empresa
  - 8.2.1. Plan de marketing
  - 8.2.2. Plan de operaciones
  - 8.2.3. Plan de recursos humanos
  - 8.2.4. Plan de inversiones y ubicación
  - 8.2.5. Plan económico financiero
  - 8.2.6. Estructura legal de la empresa
  - 8.2.7. Calendario de ejecución

## d. Métodos docentes

---

- Clase magistral participativa
- Resolución de cuestiones teórico-prácticas y preguntas de test sobre la materia estudiada en este Bloque del *Programa (Práctica en Aula)*.
- Realización de casos prácticos sobre empresas de alimentación (*Estudio del caso*).
- Análisis de artículos aparecidos en revistas especializadas sobre los aspectos tratados en este Bloque.

## e. Plan de trabajo

---

### Semanas 13 a 15:

- Comienzo el martes, 4 de diciembre de 2019, de 17:00 a 20:00 horas.
- Todos los martes de 17:00 a 19:00 horas.
- Todos los miércoles de 16:00 a 18:00 horas.

## f. Evaluación

---

La evaluación de los conocimientos y de las competencias adquiridas se realizará a partir de:

- Valoración de la actitud y participación del alumno en las actividades formativas.
- Resolución de las prácticas propuestas.



- Exposición oral y escrita de las *Prácticas en Grupo* realizadas por los alumnos.
- Examen final escrito al terminar el cuatrimestre (Convocatoria Ordinaria: martes, 7 de enero de 2020. Convocatoria Extraordinaria: viernes, 31 de enero de 2020).

### g. Bibliografía básica

---

- CASTRO ABANCÉNS, I. y RUFINO RUS J.I. (2014): *Creación de empresas para emprendedores*. Madrid. Ediciones Pirámide; ISBN: 978-84-368-2421-6.
- GONZÁLEZ DOMÍNGUEZ, F.J. (2012): *Creación de empresas. Guía del emprendedor. 4ª Edición*. Madrid: Ediciones Pirámide; ISBN: 978-84-368-2690-6
- JIMÉNEZ QUINTERO, J.A. (Coord.) (2012): *Creación de empresas: Tipología de empresas y viabilidad estratégica*. Madrid. Ediciones Pirámide. ISBN 13: 978-84-368-2632-6.
- PRIEDE BARGAMINI, T.; LÓPEZ-CÓZAR NAVARRO, C. y BENITO HERNÁNDEZ, S. (Coord.) (2010): *Creación y desarrollo de empresas*. Madrid. Ediciones Pirámide; ISBN: 978-84-368-2419-3.

### h. Bibliografía complementaria

---

- BARROW, C. (2012): *Emprender un Negocio Para Dummies*. Barcelona. Ediciones CEAC; ISBN: 978-84-329-0003-7.
- CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE MADRID (2004): *Guía para la creación de empresas*. Madrid. Cámara de Comercio de Industria de Madrid; ISBN: 978-84-96234-25-3.
- CAÑAS MADUEÑO, J.A. (2009): *Economía de la empresa: teoría y práctica*. Córdoba. Editorial Universidad de Córdoba; ISBN: 978-84-7801-975-5.
- GIL ESTALLO, M.A.; GINER DE LA FUENTE, F. y MARTÍ PIDELASERRA, J. (2011): *Emprende: convierte tu sueño en realidad*. Madrid. ESIC Editorial; ISBN: 978-84-7356-756-5.
- GIL ESTALLO, M.A. y GINER DE LA FUENTE, F. (2013): *Cómo crear y hacer funcionar una empresa*. Madrid. ESIC Editorial; ISBN: 978-84-7356-970-5.
- GÓMEZ GRAS, J.M; FUENTES FUENTES, M.; BATISTA CANINO, R.M.; HERNÁNDEZ MOGOLLÓN, R. (2014): *Manual de casos sobre creación de empresas en España*. Madrid. McGraw-Hill; ISBN: 978-84-481-9302-7.
- HERNÁNDEZ MOGOLLÓN, R.; FUENTES FUENTES, M. y RODRÍGUEZ ARIZA, L. (Coords.) (2009): *Creación de empresas. Aproximación al estado del arte*. Juruá Editora; ISBN: 978-989-8312-01-3.
- MINONDO URZAINQUI, A. (2014): *Modelo de negocio: Diseño mediante el lienzo CANVAS*. Disponible en: [http://sugestion.quned.es/conocimiento/ficha/def/modelo\\_negocio](http://sugestion.quned.es/conocimiento/ficha/def/modelo_negocio)
- OSTERWALDER, A. y PIGNEUR, Y (2011): *Generación de Modelos de Negocio*. Bilbao. Ediciones Deusto; ISBN: 978-84-234-2799-4.

### i. Recursos necesarios

---

#### Clases de Teoría y Prácticas en Aula (Actividades Presenciales):

Serán necesarios los siguientes recursos, todos ellos facilitados por los profesores de la asignatura:

- *Material Docente* de la asignatura.
- Documentación complementaria facilitada por los profesores (artículos especializados, estadísticas,...).
- Pizarra, ordenador, proyector.

#### Prácticas en Grupo (Actividades No Presenciales):

Para la realización de las prácticas propuestas, los alumnos necesitarán:

- Ordenador con acceso a internet.
- Orientaciones facilitadas por los profesores para el avance en la realización de las prácticas propuestas.
- Documentos de apoyo que deberán buscar los alumnos de forma autónoma.



**j. Temporalización (por bloques temáticos)**

BLOQUE TEMÁTICO	CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
<b>Bloque Temático 1: Teoría y Práctica</b> Economía y empresa	3,0	Semanas 1 a 8
<b>Bloque Temático 2: Teoría y Práctica</b> Valoración y selección de proyectos	1,5	Semanas 9 a 12
<b>Bloque Temático 3: Teoría y Práctica</b> Creación de empresas y modelos de negocio en el sector agroalimentario	1,5	Semanas 13 a 15





## 5. Métodos docentes y principios metodológicos

- Clase magistral participativa.
- Resolución de supuestos, ejercicios-problemas, cuestiones teórico-prácticas y preguntas de test sobre la materia impartida en este *Bloque del Programa*. (*Prácticas en Aula*).
- Análisis de artículos científicos y documentos de trabajo sobre la materia impartida en cada uno de los *Bloques*.
- Debates sobre documentos propuestos.
- Estudio de casos prácticos.
- Presentación de prácticas y trabajos tutelados.
- Tutorías individuales y de grupo.

### Realización de Prácticas en Grupo o Individualizadas (Actividades Presenciales):

Deberán constituirse grupos de trabajo de **4 o 5 personas (máximo)**. Se mantendrán los mismos grupos para todas las prácticas a realizar durante el tiempo en el que se imparte la asignatura.

Los objetivos que se pretenden conseguir con estas **Prácticas en Grupo** son los siguientes:

- Aprender a trabajar en equipo y gestionar el tiempo y los recursos de forma eficiente.
- Fomentar el pensamiento creativo y la generación de ideas.
- Saber extraer lo fundamental de lo accesorio en una exposición oral en público.
- Saber comunicar los resultados de un análisis.





## 6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teórico-prácticas (T/M)	33	Estudio y trabajo autónomo individual	60
Clases prácticas de aula (A)	22	Estudio y trabajo autónomo grupal	30
Laboratorios (L)			
Prácticas externas, clínicas o de campo			
Seminarios (S)	5		
Tutorías grupales (TG)			
Evaluación			
<b>Total presencial</b>	<b>60</b>	<b>Total no presencial</b>	<b>90</b>



**7. Tabla resumen de los instrumentos, procedimientos y sistemas de evaluación/calificación**

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
<b>Participación en las actividades docentes</b> (actitud activa en clases magistrales y prácticas en aula) e <b>interés mostrado por la asignatura</b> (Evaluación continua a lo largo del curso)	5%	Se valorará: <ul style="list-style-type: none"> <li>La respuesta a las actividades que se propongan: asistencia a seminarios voluntarios, conferencias, jornadas, ... que se celebran en el Centro.</li> <li>La participación en las clases y en los debates que se organicen, realización de las tareas que se propongan todos los días que se imparte la asignatura, búsqueda de documentación relacionada con la materia,...</li> </ul>
<b>Prácticas en aula</b>	5%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se plantearán a los alumnos diversos ejercicios de carácter práctico y se realizarán debates en clase a partir de artículos aparecidos en revistas especializadas y/o en prensa sobre la materia, que deberán haber trabajado previamente. Con ello se pretende aproximar al alumno a la realidad y se intenta valorar hasta qué punto los alumnos son capaces de aplicar los conocimientos y habilidades aprendidas a situaciones nuevas que se les plantea.</li> </ul>
<b>Prácticas obligatorias en grupo</b> a realizar a lo largo de todo el cuatrimestre	20%	Las pautas para la realización de estas <i>Prácticas en Grupo</i> se expondrán en los correspondientes <i>Seminarios</i> por parte de los profesores de la asignatura. En todo caso, será necesario: <ul style="list-style-type: none"> <li>Formar grupos de trabajo de <b>3 o 4 personas</b>.</li> <li>Mantener los <b>mismos grupos</b> para todas las prácticas.</li> </ul>
<b>Examen final escrito.</b> Constará de dos partes: <ul style="list-style-type: none"> <li>Prueba tipo test eliminatória (40%)</li> <li>Supuestos prácticos, resolución de casos y problemas, cuestiones teórico-prácticas y preguntas de ensayo (60%)</li> </ul>	70%	<ul style="list-style-type: none"> <li>La prueba tipo test consta de veinticinco preguntas de selección múltiple, con cuatro opciones para cada una de ellas, de las cuales el alumno deberá marcar la que considere correcta. Sólo existe una respuesta válida por pregunta.</li> <li>Entre los aspectos que se valoran en la segunda parte del examen se encuentran: grado de concordancia entre lo que se pregunta y lo que se responde; explicación de todos los aspectos posibles (<i>respuesta completa</i>); claridad y corrección ortográfica en la exposición de las ideas; ausencia de errores; capacidad de relación.</li> </ul>

**CRITERIOS DE CALIFICACIÓN**

Los criterios de calificación serán los mismos para las dos convocatorias.

- Convocatoria ordinaria:**
  - Prueba tipo test (40%) y Prueba de desarrollo escrita (60%). Peso en la Nota Final: 70%.
  - Prácticas en Aula y trabajos tutelados (25%).
  - Participación en actividades docentes (5%)
- Convocatoria extraordinaria:**
  - Prueba tipo test (40%) y Prueba de desarrollo escrita (60%). Peso en la Nota Final: 70%.
  - Prácticas en Aula y trabajos tutelados (25%).
  - Participación en actividades docentes (5%)



## 8. Consideraciones finales

### **Material Docente para la preparación de la asignatura**

Al comienzo del curso se facilitará a los alumnos, tanto en el *Campus Virtual*, como en el *Servicio de Reprografía* de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Valladolid, el *Material Docente* elaborado por los Profesores de la asignatura tomando como base la bibliografía básica y complementaria y las direcciones de internet recogidas en esta *Guía Docente*.



