1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Fundamentos de Economía
Titulación	Grado en Nutrición Humana y Dietética
Facultad	Ciencias Biomédicas y de la Salud
Curso	4º
ECTS	3
Carácter	Básica
Idioma	Castellano
Modalidad	Presencial y semipresencial
Semestre	8
Curso académico	2024-2025
Docente coordinador	Vanessa Dos Reis Ferreira
Docente	Vanessa Dos Reis Ferreira

2. PRESENTACIÓN

La asignatura de **FUNDAMENTOS DE LA ECONOMÍA** es una materia obligatoria de 3 ECTS que se imparte con carácter semestral y semipresencial en el cuarto curso del Grado en Nutrición Humana y Dietética, del Módulo 3: Higiene, seguridad alimentaria y gestión de la calidad. Para poder considerarse un profesional en el conocimiento de la Nutrición Humana y Dietética es indispensable tener unos amplios conocimientos en dicha materia. Esta asignatura permitirá al alumnado adentrarse en el mundo empresarial, conociendo su gestión, análisis financiero, toma de decisiones y adentrase en el marketing.

Todo el temario forjará los cimientos para que el alumnado sea capaz de encontrar respuestas en cómo gestionar una empresa alimentaria, las interprete correctamente y pueda tomar decisiones en base a esta.

Todo el temario forjará los cimientos para que el alumnado sea capaz de encontrar respuestas en la gestión de empresas alimentarias, las interprete correctamente y pueda tomar decisiones en base a esta.

Se recuerda al alumno que, tal y como se le ha comunicado previamente desde el departamento de Admisiones y Matriculación, es un prerrequisito para inscribirse en esta asignatura haber cursado previamente las materias de Estadística y Legislación.

Es responsabilidad del estudiante asegurarse de poseer los conocimientos de esas asignaturas en caso de no considerar las recomendaciones anteriores o de que hayan sido convalidadas por estudios previos.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

- **CB2**: Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

- **CB4**: Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

Competencias transversales:

- **CT1**: Comunicación: capacidad de realizar escucha activa, hacer preguntas y responder cuestiones de forma clara y concisa, así como expresar ideas y conceptos de forma efectiva. Incluye la capacidad de comunicar por escrito con concisión y claridadCT2 Liderazgo: capacidad para dar nuevas ideas, enfoques e interpretaciones mediante estrategias que ofrezcan soluciones a problemas de la realidad.
- **CT2**: Liderazgo: capacidad para dar nuevas ideas, enfoques e interpretaciones mediante estrategias que ofrezcan soluciones a problemas de la realidad.
- **CT3**: Trabajo en equipo: capacidad para integrarse y colaborar de forma activa con otras persona, áreas y/u organizaciones para la consecución de objetivos comunes, valorar e integrar las aportaciones del resto de los componentes del grupo y actuar para desarrollar un buen clima.

Competencias específicas:

- **CE76**: Conocer las herramientas básicas del marketing de aplicación al mercado alimentario, el marketing estratégico, la Investigación de mercados y las bases de la negociación
- **CE77**: Conocer la empresa como realidad económica. Estructuras organizativas, los tipos de establecimientos alimentarios y la caracterización del sector
- **CE79**: Conocer cómo se realiza la financiación e inversión, la comercialización de productos y marketing.

Resultados de aprendizaje:

- **RA1**: Conocer los aspectos principales relacionados con la economía y gestión de las empresas alimentarias
- **RA2**: Comprender los conceptos básicos y desarrollar las competencias necesarias del perfil directivo y poder diseñar e interpretar un cuadro de mando integral.
- **RA3**: Conocer los aspectos de marketing dentro de los equipos empresariales, siendo capaz de participar en un equipo de trabajo.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB2, CB4, CT1, CT2, CT3, CE77	RA1. Conocer los aspectos principales relacionados con la economía y gestión de las empresas alimentarias.
CB2, CB4, CG25, CT1, CT2, CT3, CE82, CE79	RA2. Comprender los conceptos básicos y desarrollar las competencias necesarias del perfil directivo y poder diseñar e interpretar un cuadro de mando integral.
CB2, CB4, CG23, CG25, CT1, CT2, CT3, CE76	RA3. Conocer los aspectos de marketing dentro de los equipos empresariales, siendo capaz de participar en un equipo de trabajo.

4. CONTENIDOS

UNIDAD I

- Tema 1. Economía y empresa.
- Tema 2. Perfil del directivo y toma de decisiones.

UNIDAD II

- Tema 3. Producción empresarial.
- Tema 4. Análisis financiero.

UNIDAD III

- Tema 5. Investigación de mercados.
- Tema 6. *Marketing Mix*.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Clase magistral
- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje basado en proyectos
- Entornos de simulación
- Exposición oral de los estudiantes
- Método del caso

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

Seguidamente, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Modalidad presencial:

Actividad Formativa	Número de horas
Clase magistral	25
Trabajo autónomo	19
Análisis de casos	8
Actividades participativas grupales	8
Exposiciones oral de trabajos	2
Diseño de estrategias, procedimientos y planes de intervención	4
Tutoría	6
Prueba de conocimientos	3
TOTAL	**75**

Modalidad semipresencial:

Actividad Formativa	Número de horas
Lectura de temas de contenido	7,5
Seminario virtual	7,5
Trabajo autónomo	25
Tutoría virtual	10
Análisis de casos	8
Actividades participativas grupales	7,5

Actividad Formativa	Número de horas
Exposición oral de trabajos	2,5
Diseño de estrategias, procedimientos y planes de intervención	4
Prueba de conocimiento	3
TOTAL	**75**

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso (%)
Actividad 1. Entrega de informes y trabajos de diseño de estrategias	15
Actividad 2. Exposición oral	10
Actividad 3. Participación en debates	20
Actividad 4. Observación de desempeño	15
Actividad 5. Prueba de conocimiento	40

Modalidad semipresencial:

Sistema de evaluación	Peso (%)
Actividad 1. Entrega de informes y trabajos de diseño de estrategias	15
Actividad 2. Exposición oral	10
Actividad 3. Participación en debates	20
Actividad 4. Observación de desempeño	15
Actividad 5. Prueba de conocimiento	40

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura. Los criterios de evaluación de cada actividad se especificarán en la guía del campus virtual.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria extraordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura. Los criterios de evaluación de cada actividad se especificarán en la guía del campus virtual.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Modalidad presencial:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1. Entrega de informes y trabajos de diseño de estrategias	• Entrega documento: 13 marzo 2025 • Exposición: 13 marzo 2025
Actividad 2. Exposición oral	24 abril 2025
Actividad 3. Participación en debates	03 abril 2025
Actividad 4. Observación de desempeño	A lo largo del curso
Actividad 5. Prueba de conocimiento	Del 26 mayo al 06 junio 2025 (pendiente de definir)

Modalidad semipresencial:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1. Entrega de informes y trabajos de diseño de estrategias	• Entrega documento: 13 marzo 2025 • Exposición: 13 marzo 2025
Actividad 2. Exposición oral	24 abril 2025
Actividad 3. Participación en debates	03 abril 2025
Actividad 4. Observación de desempeño	A lo largo del curso
Actividad 5. Prueba de conocimiento	Del 06 al 08 junio 2025 (pendiente de definir)

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

- Angulo, J. A. G. (2004). Instrumentos financieros. JL Álvarez, S. d. Valdelomar, LC Calvo, & JA Angulo, Monografías sobre las normas internacionales de información financiera (pág. 598). Madrid: Recoletos.
- Bueno Campos, E. (1993). Curso básico de economía de la empresa. Un enfoque de organización. Madrid. Lugar de edición: Ediciones Pirámide, S.A.
- Bueno Campos, E., Cruz Roche, I. y Durán Herrera, J.J. (2002). Economía de la empresa. Análisis de las decisiones empresariales. Madrid. Lugar de edición: Ediciones Pirámide, S.A.
- Cathalifaud, M. A., y Osorio, F. (1998). Introducción a los conceptos básicos de la teoría general de sistemas. Cinta de moebio, (3).
- Cruz, M., y Polanco, M. (2014). El sector primario y el estancamiento económico en México. Problemas del desarrollo, 45(178), 09-33.
- E. Bueno Campos, El grupo de sociedades como unidad económica. “Revista de Derecho Financiero y de la Hacienda Pública”, julio-agosto 1975, pág. 721
- García, E. S. (1995). Metodología de investigación de la Economía de la Empresa. Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa, 1(1), 13-63.

- Koontz, H. y Weihrich, H. (1991): Administración, Mc Graw-Hill, México, 9ª ed., cap.3.
- Landa, J. (2012). La Investigación comercial. Marketing para los nuevos tiempos, 105-124.
- Loarte, J. P., Atúncar, C. Q., y Colottar, G. S. (2013). Pronóstico financiero: métodos rápidos de estimación del fondo de maniobra o capital de trabajo estructural-Caso de una empresa comercial. Industrial Data, 16(1), 29-36.
- López, N. L. C. (2009, September). Conseguir el sueño de montar tu empresa. In Anales de mecánica y electricidad (Vol. 86, No. 5, pp. 46-53). Asociacion de Ingenieros del ICAI.
- Marcotrigiano, L. A. (2011). Discusión del concepto de" activo" dentro del Marco Conceptual de las Normas Internacionales de Información Financiera. Actualidad contable faces, 14(22), 72-85.
- Mexzon, R. R. P. (2014). El balance financiero en la empresa. Pensamiento crítico, 18(2), 061-075.
- Pérez, M. B. Á., López, P. A., y Cantó, C. F. (2000). Las cooperativas en el marco de la teoría de la agencia. CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa, (34), 169-188.
- Pérez Gorostegui, E. (2005). Introducción a la economía de la empresa. Madrid. Lugar de edición: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S.A.
- Riggs, J. L. (1999). Produccion: operaciones y oportunidades. Mexico: LimusaNoriega Editores.
- Rocabert, J. P. (2007). Los criterios valor actual neto y tasa interna de rendimiento. E-Publica-Revista Electrónica Sobre La Enseñanza de La Economía Pública, (1995), 1-11.
- Roncal Díaz, C. (2014). LA FUNCIÓN DE LA PRODUCCIÓN: Su Validez Hoy (Doctoral dissertation, UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO).
- Simon, H.A. (1982): La nueva ciencia de la decisión gerencial, El Ateneo, Buenos Aires, págs. 40 y siguientes.
- Tàpies, J. (2011). Empresa familiar: un enfoque multidisciplinar. Universia business review, (32), 12-25.
- Zorrilla, P. (2002). Nuevas tendencias en merchandising Generar experiencias para conquistar emociones y fidelizar clientes. Distribución y consumo, (65), 13-20.

10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA Y DIVERSIDAD

Desde la Unidad de Orientación Educativa y Diversidad (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:
orientacioneducativa@universidadeuropea.es

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tu opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.