Universitat de Lleida

GUÍA DOCENTE

ORGANIZACIÓN E INNOVACIÓN EMPRESARIAL

Coordinación: COLOM GORGUES, ANTONIO

Año académico 2020-21

Información general de la asignatura

Denominación	ORGANIZACIÓN E INNOVACIÓN EMPRESARIAL
Código	13116
Semestre de impartición	2o Q(SEMESTRE) EVALUACIÓN CONTINUADA
Carácter	

Grado/Máster	Curso	Carácter	Modalidad
Máster Universitario en Gestión y Innovación en la Indústria Alimentaria	1	OBLIGATORIA	Presencial

Número de créditos de la asignatura (ECTS)	2.5
Tipo de actividad, créditos y grupos	

Tipo de actividad	PRAULA	TEORIA
Número de créditos	1.5	1
Número de grupos	1	1

Coordinación	COLOM GORGUES, ANTONIO
Departamento/s	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Distribución carga docente entre la clase presencial y el trabajo autónomo del estudiante	Los 2,5 créditos ECTS suponen: 2,5 x 25 = 62,5 horas totales de dedicación, de las cuales: a. 25 horas serán presenciales (actividades teórico-prácticas en clase) b. 37,5 horas serán no presenciales, gestionadas por los alumnos (gestión materiales de aprendizaje, estudio, realización de trabajos prácticos y ejercicios)
Información importante sobre tratamiento de datos	Consulte este enlace para obtener más información.
Idioma/es de impartición	CASTELLANO / CATALÀN, dependiendo del lenguaje de los estudiantes matriculados y asistentes a clase
Distribución de créditos	Horas presenciales: 25 Horas no presenciales: 37,5 Centro docente: ETSEA Departamento: Administración de Empresas Los créditos ECTS se proyectarán en actuaciones docentes con metodología activa y que constarán de conocimientos: conceptos, definiciones, planteamientos teóricos, y actividades prácticas: habilidades, destrezas, resolución de ejercicios, etc.

Profesor/a (es/as)	Dirección electrónica\nprofesor/a (es/as)	Créditos impartidos por el profesorado	Horario de tutoría/lugar
COLOM GORGUES, ANTONIO	antonio.colom@udl.cat	2,5	

Información complementaria de la asignatura

El requisito para matricularse en el máster es estar en posesión de un grado, una titulación española de primer o segundo ciclo o una titulación extranjera homologada por el Ministerio de Educación,Cultura y Deporte. Los estudiantes en posesión de titulaciones extranjeras no homologadas con un nivel de formación equivalente a un título de grado español podrán ser admitidos a criterio de la Universidad de Lleida.

Esta asignatura de 2,5 ECTS "ORGANIZACION E INNOVACION EMPRESARIAL" está integrada en el módulo 2 del Máster GIIA con otra, de también 2,5 ECTS, "MARKETING Y RELACIONES INTERNACIONALES", en la cual colabora la FUNDACION TRIPTOLEMOS que aporta profesores para su impartición docente.

Estas dos asignaturas que componen el módulo 2 del Máster, se consideran como una unidad y por lo tanto se procede a la Programación conjunta de las dos, en un único Programa del Módulo 2. Así mismo, la evaluación se realizará sobre todo el módulo 2 y entonces, la nota de calificación global servirá para calificar a cada una de las mismas (aparecerá la misma nota en una y en la otra). La razón de este programa único es porque es mes adecuado mezclar contenidos de Organización e Innovación Empresarial con contenidos de Marketing y Relaciones Internacionales a lo largo de los días de impartición, y según la lógica misma e idoneidad temporal de esta impartición docente del módulo.

NOTA: De acuerdo con el comentado en el párrafo anterior, se presenta en cada asignatura: "ORGANIZACION E INNOVACION EMPRESARIAL"y MARKETING Y RELACIONES INTERNACIONALES", los mismos Planes de desarrollo, Evaluación y Bibliografía, puesto que se entiende que es el Programa de todo el Módulo 2.

Objetivos académicos de la asignatura

OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA ORGANIZACIÓN E INNOVACIÓN EMPRESARIAL

- Estudiar y analizar el sector de las industrias agroalimentarias europeas, sus variables macroeconómicas productivas y laborales, así como las industrias agroalimentarias españolas en su globalidad, por subsectores productivos y por Comunidades Autónomas.
- Estudiar y analizar, en síntesis, la estructuración y organización empresarial, su gestión y control, desde sus objetivos y estrategia, explicando también la influencia del estilo de liderazgo, motivación y dirección empresarial.
- Estudiar el esquema del proceso emprendedor y de creación de empresas, el análisis del entorno, el análisis DAFO y competitivo y el proceso de la Dirección Estratégica empresarial hasta el Plan de empresa. Saber evaluar la rentabilidad de un proyecto de inversión en la creación de una empresa.
- Estudiar distintos elementos de la innovación en las empresas agroalimentarias y su gestión. Resumir el papel de los Parques Científicos y Tecnológicos en la aplicación del polinomio I+D+T+i.
- Estudiar y analizar diversos aspectos teórico-prácticos y de aplicación de la calidad alimentaria protegida y ligada al territorio y su percepción por los consumidores.
- Estudiar el funcionamiento, gestión y control de los procesos de comercialización y marketing en empresas alimentarias. Estudiar los modelos de gestión en Comercio Exterior agroalimentario, los INCOTERMS 2020, el marketing-mix global, la gestión aduanera y los contratos internacionales.

Competencias

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer el sistema productivo y estructural de las industrias agroalimentarias en la Unión Europea, y en España y sus Comunidades Autónomas, haciendo énfasis en el conocimiento de cada subsector.
- Conocer la estructura, la organización, el funcionamiento, gestión y control de las empresas agroalimentarias.
- Conocer a nivel esquemático el proceso de los emprendedores, el análisis DAFO, el análisis competitivo y la creación de empresas.
- Conocer y tener referencias prácticas de la gestión de la innovación en las industrias agroalimentarias.
- Conocer y tener referencias prácticas globales sobre la Cadena de Valor de productos alimentarios y su gestión.
- Conocer y tener referencias prácticas sobre la Calidad genérica y no genérica (calidad protegida y ligada al territorio: IGP, DOP), y la percepción de la calidad por parte de los consumidores.
- Ser capaz de resolver ejercicios, problemas, efectuar trabajos sobre los temas enumerados en los apartados anteriores.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES:

- Motivación por la calidad de los alimentos, en especial por la calidad no genérica protegida y ligada al territorio.
- Trabajo en equipo para estudiar y analizar subsectores productivos agroalimentarios y efectuar un Plan de Empresa
- Expresión oral y escrita correcta, aplicada a la realización de estudios y trabajos prácticos, y participación en clase.
- Compromiso ético y motivación por la Responsabilidad Social Corporativa o Empresarial (RSC o RSE).
- Capacidad de gestión de la información y conocimiento.
- Fomento de la creatividad aplicada a la innovación de productos y procesos.
- Fomento de la iniciativa y del espíritu emprendedor.

Contenidos fundamentales de la asignatura

Programa de contenidos: Temas a impartir y prácticas a realizar
"Presentación del Módulo 2 del Máster GIIA" Tema1. "Sistema Agroalimentario. Conceptos y definiciones importantes". "Panorámica de las Industrias Alimentarias en Europa y España. Breves análisis de los principales subsectores españoles de industrias alimentarias". Práctica 1. Estudio y análisis de las Industrias Alimentarias en Europa y España. Práctica 1b (opcional). Estudio de un subsector, grupo de productos o producto determinado, elegido por los estudiantes.
Tema 2. "El sistema de Dirección de la Empresa. Liderazgo, motivación, dirección empresarial, y decisión. Desde los objetivos y estructura de la empresa a los modelos de gestión empresarial. Estudio de casos". Práctica 2a. Resolución de conflictos de liderazgo y motivación dentro de la empresa alimentaria. Planificación de nuevos productos y negocios con la técnica CANVAS.
Tema 2 (continuación). "Proceso directivo, autoridad, poder y su delegación. Dirección por Objetivos (DPO). Introducción a la decisión empresarial. Contexto de incertidumbre y Teoría de Juegos contra la Naturaleza. Estudio de casos". Práctica 2b. Resolución de ejercicios sobre la Teoría de Juegos.
Tema 3. "Gestión de la Innovación y el Talento. Introducción a la Teoría de los Stakeholders. Inter-profesionalidad, Organizaciones Interprofesionales y Clústeres. Emprendedores, Plan de Empresa y financiación de start-ups. Estudios de casos". Práctica 3. Resolución de ejercicios sobre Análisis de Balances, Rentabilidades y Cálculo de Ratios; Amortización financiera de préstamos bancarios; Esquema de creación de una empresa alimentaria y su financiación.
Tema 4. "La gestión e innovación empresarial en Lleida". Actividad práctica 4: "Mesa redonda sobre la visión actual de la praxis de la gestión e innovación empresarial agroalimentaria. Casos CAGSA, ARGAL, ACTEL, MAHOU-SAN MIGUEL, COOPERATIVA CADÍ". Coloquio-debate
Tema 5. "Macroentorno, Microentorno o Entorno próximo, Empresa, Mercado, Tecnología y Competitividad. Análisis DAFO y Análisis Competitivo. Cadena de suministros y cadena de valor, i su gestión en el sistema agroalimentario dentro de un contexto global. Estudio de casos". Práctica 5. Análisis DAFO y Análisis Competitivo. Análisis de Posicionamiento empresarial según la Matriz BCG.
Tema 6. "Evaluación de la rentabilidad de proyectos de industrias alimentarias y técnicas usuales de financiación". Estudio de casos. Práctica 6. Evaluación de la Rentabilidad de Inversiones Alimentaries en casos diversos: Bodega de vino de calidad; Planta de mermeladas; Planta de elaboración de quesos, etc.
Otras Actividades Prácticas: "Ejercicios de demanda, previsión de ventas, posicionamiento de marcas, matriz BCG productos y empresas, transporte y distribución, determinación de precios, aceptación de precios, financiación externa y análisis de balances, etc.".
Tema 7. "Panorama actual de la agroalimentación. Marketing e Innovación de productos agroalimentarios. La Fundación Triptolemos". Estudio de casos.
Tema 8. "Consumo, consumidor y productos agroalimentarios. Marketing-Mix de los productos agroalimentarios". Estudio de casos.
Tema 9. "Introducción a los modelos de gestión del comercio exterior agroalimentario, y gestión aduanera".
Actividades de evaluación del Módulo 2. Presentación de prácticas por parte de los estudiantes.

Ejes metodológicos de la asignatura

EJES METODOLÓGICOS DE LA ASIGNATURA: "ORGANIZACIÓN E INNOVACIÓN EMPRESARIAL"

Se propone una metodología general activa, planteando la máxima participación a través de una interacción profesorado - estudiantes, en base a una buena motivación temática, construcción y mantenimiento de un clima de confianza mutua, planteamiento del espíritu de colaboración, proyección de utilidad de las materias de aprendizaje con ejemplos y estudio de casos, resolución de ejercicios, e inducción participativa y de responsabilidad.

Pese a que en alguna temática se hará la presentación de conceptos, definiciones y algunos contenidos según el método magistral, se tratará siempre de invocar la interactividad y la participación activa de los estudiantes para que puedan así obtener un buen aprendizaje de conocimientos, capacidades, destrezas, habilidades y actitudes, y conductas responsables.

Asimismo se recalca la importancia de la acción tutorial, para proporcionar un espacio personal o por grupos con el propósito de ayudar, reconducir, solucionar problemas, aclarar dudas y en general materializar "la tarea de facilitador" en frente de los estudiantes, para que puedan mejorar el nivel de aprendizaje.

Plan de desarrollo de la asignatura

TIMMING DEL MÓDULO 2 (SE PRESENTA EL TOTAL DE LAS DOS ASIGNATURAS DEL MÓDULO 2)

Fecha	Horario	Profesorado	Programa de contenidos: Temas a impartir
Miércoles **5** Mayo 2021	Tarde: 16,00 a 20,00 horas	Dr. Antonio Colom	"Presentación del Módulo 2 del Máster GIIA" Tema1. "Sistema Agroalimentario. Conceptos y definiciones importantes". "Panorámica de las Industrias Alimentarias en Europa y España. Breves análisis de los principales subsectores españoles de industrias alimentarias". Práctica 1
Miércoles **12** Mayo 2021	Tarde: 16,00 a 20,00 horas	Dr. Antonio Colom	Tema 2. "El sistema de Dirección de la Empresa. Liderazgo, motivación, dirección empresarial, y decisión. Desde los objetivos y estructura de la empresa a los modelos de gestión empresarial. Estudio de casos". Práctica 2a
Jueves **13** Mayo 2021	Tarde: 16,00 a 20,00 horas	Dr. Antonio Colom	Tema 2 (continuación). "Proceso directivo, autoridad, poder y su delegación. Dirección por Objetivos (DPO). Introducción a la decisión empresarial. Contexto de incertidumbre y Teoría de Juegos contra la Naturaleza. Estudio de casos". Práctica 2b
Lunes **17** Mayo 2021	Tarde: 16,00 a 20,00 horas	Dr. Antonio Colom	Tema 3. "Gestión de la Innovación y el Talento. Introducción a la Teoría de los Stakeholders. Inter-profesionalidad, Organizaciones Interprofesionales y Clústeres. Emprendedores, Plan de Empresa y financiación de start-ups. Estudios de casos". Práctica 3
Martes **18** Mayo 2021	Tarde: 16,00 a 20,00 horas	Dr. Antonio Colom + Técnicos I+D+T+i	Tema 4. "La gestión e innovación empresarial en Lleida". Actividad práctica: Mesa redonda sobre la visión actual de la praxis de la gestión e innovación empresarial agroalimentaria. Casos CAGSA, ARGAL, ACTEL, MAHOU-SAN MIGUEL, COOPERATIVA CADÍ". Coloquio-debate
Miércoles **19** Mayo 2021	Tarde: 16,00 a 20,00 horas	Dr. Antonio Colom	Tema 5. "Macroentorno, Microentorno o Entorno próximo, Empresa, Mercado, Tecnología y Competitividad. Análisis DAFO y Análisis Competitivo. Cadena de suministros y cadena de valor, i su gestión en el sistema agroalimentario dentro de un contexto global. Estudio de casos". Práctica 4
Jueves **20** Mayo 2021	Tarde: 16,00 a 20,00 horas	Dr. Antonio Colom	Tema 6. "Evaluación de la rentabilidad de proyectos de industrias alimentarias y técnicas usuales de financiación". Estudio de casos.
Lunes **24** Mayo 2021	Tarde: 16,00 a 20,00 horas	Dr. Antonio Colom	Actividades prácticas: "Ejercicios de demanda, previsión de ventas, posicionamiento de marcas, matriz BCG productos y empresas, transporte y distribución, determinación de precios, aceptación de precios, financiación externa y análisis de balances, evaluación de la rentabilidad de proyectos de industrias alimentarias". Práctica 5

Martes **25** Mayo 2021	Tarde: 16,00 a 20,00 horas	Dra. Yvonne Colomer	Tema 7 “Panorama actual de la agroalimentación. Marketing e Innovación de productos agroalimentarios. La Fundación Triptolemos”. Estudio de casos.
Miércoles **26** Mayo 2021	Tarde: 16,00 a 20,00 horas	Dr. Felipe Botaya	Tema 8 “Consumo, consumidor y productos agroalimentarios. Marketing-Mix de los productos agroalimentarios”. Estudio de casos.
Jueves **27** Mayo 2021	Tarde: 16,00 a 20,00 horas	Dr. Felipe Botaya	Tema 8 “Consumo, consumidor y productos agroalimentarios. Marketing-Mix de los productos agroalimentarios”. Estudio de casos. (Continuación)
Lunes **31** Mayo 2021	Tarde: 16,00 a 20,00 horas	Dr. Pere Coll	Tema 9 “Introducción a los modelos de gestión del comercio exterior agroalimentario, y gestión aduanera”
Jueves **3** Junio 2021	Tarde: 16,00 a 20,00 horas	Dr. Antonio Colom	Actividades de evaluación del Módulo 2. Presentación de prácticas por parte de los estudiantes

Nota: Cada uno de los profesores que imparten temas en el módulo, prepararán el material didáctico correspondiente que harán llegar a los alumnos directamente y/o a través del Sistema SAKAI de la UdL.

Sistema de evaluación

ACCIÓN TUTORIAL, AUTOEVALUACIÓN Y EVALUACIÓN FINAL DE LA ASIGNATURA

La Acción Tutorial y el Sistema de Evaluación tendrá que representar la estrategia planteada para el aseguramiento de un buen nivel de aprendizaje global dentro este módulo, facilitándole al alumno la comprensión, solucionando problemas personales, resolviendo dudas, aportando soporte, contrastando el nivel de aprendizaje, etc., lo que significará haber llegado al aseguramiento competencial y al logro de los objetivos previstos en el mismo. Para llegar a este propósito, se propone una estrategia y actividades basadas en el siguiente esquema operativo:

- A. Acción Tutorial a lo largo del período lectivo del módulo.
- B. Autoevaluación personal de conocimientos durante la marcha docente a lo largo del período lectivo.
- C. Evaluación continua, prueba final tipo test sobre las asignaturas, y presentación de trabajos prácticos.

A. Acción Tutorial a lo largo del período lectivo del módulo:

La acción tutorial se planteará, de principio, para proporcionar un espacio personal o por grupos con el propósito de ayudar, reconducir, solucionar problemas, aclarar dudas y en general materializar “la tarea de facilitador” del profesorado en frente de los estudiantes, para que puedan mejorar el aprendizaje. En resumen, se proporcionará la opción de tutorías personales o por grupos, para aclarar dudas u otros propósitos cada lunes y martes en un horario establecido de común acuerdo entre el alumnado y el profesorado, y se incluirá la asesoría y aclaración de dudas en los contenidos teóricos, actividades prácticas, estudios de casos, resolución de problemas, etc.

B. Autoevaluación personal de conocimientos durante la marcha docente a lo largo del período lectivo:

Esta actividad de evaluación consistirá en la propuesta de una serie de preguntas tipo test que el estudiante irá respondiendo a la consecución de cada tema teórico, con el objetivo esencial de evaluar él mismo, la comprensión de conceptos, definiciones y diferentes contenidos de cada tema, y de esta forma poder llegar a valorar el nivel de aprendizaje logrado, y cuando menos, volver atrás, aclarar dudas con o sin la participación del profesor.

C. Evaluación continua, prueba final tipo test sobre las asignaturas, y presentación de trabajos prácticos:

-Recogida de información para la evaluación: Se recogerán los trabajos de estudios de casos, prácticas de resolución de problemas, informes de actividades y la prueba de evaluación (tipo test) en el plazo y fecha de recogida pactado con los estudiantes.

-Con respecto a la prueba final, será un conjunto de preguntas tipos test con 4 opciones de respuesta. El número de preguntas podrá variar y se negociará con los alumnos. La propuesta inicial es de unas 20 preguntas con 4 respuestas (a, b, c, d) de las que habrá 2 correctas.

-Cada uno de los profesores del módulo propondrá las pruebas de evaluación para la parte de docencia impartida. Básicamente estas constarán de pruebas tipos test y/o trabajos prácticos individuales o de grupo, sobre las temáticas impartidas y resolución de ejercicios.

-La calificación final del módulo se obtendrá por el cálculo de la media aritmética entre las notas de las pruebas teóricas (tipo test) y las notas de actividades prácticas realizadas (trabajos individuales y por grupos). El primer día de clase se detallará y se debatirá con los

asistentes al módulo, el sistema de evaluación.

-El criterio que se utilizará en relación al % de ponderación, para calificar globalmente las asignaturas, en principio es:

- Prueba final tipo test de evaluación de conocimientos, comprensión temática, estado del arte, definiciones y conceptos, características y variables, etc..... **70 %**
- Estudio de casos y actividades prácticas en general, realizadas por el alumnado..... **20 %**
- Evaluación de asistencia a clase, participación activa y buena actitud..... **10 %**

Bibliografía y recursos de información

MATERIAL DIDÁCTICO Y BIBLIOGRÁFICO BÁSICO Y COMPLEMENTARIO

A. RECURSOS Y MATERIALES BASICOS:

- Colección de archivos PowerPoint para el seguimiento de cada uno de los temas programados.

- Colección de pruebas de autoevaluación para poder realizar el seguimento y auto-control de conocimientos y comprensión temática.

- Archivos con hojas de Cálculo que contienen los ejercicios que se proponen realizar, y ejercicios resueltos como referencia.

- Colección de material didáctico de casos objeto de estudio y análisis, y de les actividades prácticas programadas.

- Datos estadísticos sobre el sector y subsectores de productos agroalimentarios en archivos Word (doc) y pdf.

- CD-Rom con todo el material anterior, que estará en poder del estudiante desde el primer día lectivo de la asignatura.

B. BIBLIOGRAFIA BÁSICA Y COMPLEMENTARIA:

Bueno Campos, E. (2004): CURSO BÁSICO DE ECONOMÍA DE LA EMPRESA: UN ENFOQUE DE ORGANIZACIÓN. Madrid. Ediciones Pirámide. Cuarta edición.

Coll Tor P. (2013): MANUAL DE GESTIÓN ADUANERA – NORMATIVA DEL COMERCIO INTERNACINAL Y MODELOS DE INTEGRACIÓN ECONÓMICA. Ediciones Marge Books, Sabadell (Barcelona). Tercera edición 2018.

Colom Gorgues A. (2015). GUÍA BÁSICA Y EJERCICIOS PRÁCTICOS PARA LA GESTIÓN EMPRESARIAL. APLICACIÓN MULTISECTORIAL. Ediciones y publicaciones de la Universidad de Lleida, colección Eines nº 79, 686 pág.

Colom Gorgues A. (2009). EVALUACIÓN DE LA RENTABILIDAD DE PROYECTOS DE INVERSIÓN. APLICACIÓN A LOS SECTORES AGRARIO Y AGROALIMENTARIO. Editor Servei de Publicacions de la Universitat de Lleida, 449 pág.

Colom Gorgues A. (2000). MARKETING AGROALIMENTARIO. UNAS DEFINICIONES Y CONCEPTOS BÁSICOS. ETSEA, Universitat de Lleida, libro electrónico en soporte CD-Rom.

Colom A., Cos P., Florensa R. (2019). COOPERATIVISMO AGROALIMENTARIO EN EUROPA. DIMENSIÓN, GOBERNANZA Y ANÁLISIS BCG DE LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS TOP25 DE LA UE-28 Y TOP10 EN ESPAÑA. Revista de Cooperativismo y Economía Social REVESCO. Universidad Complutense de Madrid.

Colom Gorgues, A., Florensa Guiu, R. (2011). TEORÍA DE LOS STAKEHOLDER (PARTES INTERESADAS), CADENA DE VALOR, LA BUENA GOBERNANZA Y LOS CLÚSTERES". Capítulo de Libro de la Fundación Ciudad de Lleida. Escuela Universitaria de Relaciones Laborales, pág. 69-97, ISSN: 2014-7775, Universidad de Lleida.

Colom Gorgues A., Florensa Guiu R. (2013). EL LIDERAZGO Y LA DIRECCIÓN EMPRESARIAL. EVOLUCIÓN DE LOS ESTILOS Y MODELOS DE LIDERAZGO, COMPORTAMIENTO Y MOTIVACIÓN. Capítulo de Libro de la Fundación Ciudad de Lleida. Escuela Universitaria de Relaciones Laborales, pág. 267-312, ISSN: 2014-7775, Universidad de Lleida.

Colom Gorgues A., Juárez Rubio F. (2017). GRUPO ALIMENTARIO GUISSONA: FORMADO POR UNA SOCIEDAD COOPERATIVA PRODUCTORA DE GANADO Y UNA SOCIEDAD MERCANTIL QUE TRANSFORMA Y COMERCIALIZA DICHA PRODUCCIÓN. Capítulo del Libro: "El gobierno de las Sociedades Cooperativas agroalimentarias españolas: modelos de referencia y casos empresariales", coordinado por Dr. Juan F. Juliá Igual y Dra. Elena Meliá Martí, Cátedra CAJAMAR de Economía Social, Universidad Politécnica de Valencia (UPV).

Colom A., Smaoui Y., Florensa R., Plana M. (2018). PERCEPCIONES SOBRE ATRIBUTOS Y HÁBITOS DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES DE ACEITE DE OLIVA EN LA PROVINCIA DE LLEIDA. UN ANÁLISIS MULTIVARIANTE. Comunicación al XII Congreso Internacional Iberoamericano de Estudios Rurales (CIER), Campus Segovia-Universidad de Valladolid, 4-6 julio 2018.

Cos P., Colom A., Cabasés A. (2019). GEOGRAPHIC EXPORT DIVERSIFICATION: DETERMINANTS AND THEIR LINK WITH EXPORT PERFORMANCE. Thunderbird International Business Review. 2019; 61: pp 397–411. https://doi.org/10.1002/tie.21991

Goleman D. (2013). LIDERAZGO. EL PODER DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL. Ediciones B SA, Grupo Zeta, 162 pág.

Goleman D. (2013). INTELIGENCIA EMOCIONAL. Editorial Kairós, 8ª Edición, 512 pág.

Juárez F., Colom A., Trilla J.L. (2013). ACTEL: UNA COOPERATIVA DE COOPERATIVAS CON ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO Y MEJORA COMPETITIVA. Capítulo del libro: Tamaño y competitividad: Experiencias de crecimiento en las cooperativas agroalimentarias españolas. Pág. 225-247. Coordinación: Narciso Arcas Lario y Miguel Hernández Espallardo, Universidad Politécnica de Cartagena. Editor Cajamar, 2013.

Kotler PH., Lane K. (2006). DIRECCIÓN DE MARKETING. 12ª edición, 775 pág. Ed. Prentice Hall, Pearson Educación Madrid 2006.

Kotler PH. (2000). MARKETING MANAGEMENT. 10ª edición, 718 pág., Ed. Prentice Hall, New Jersey, USA.

Koontz H., Weihrich H., Cannice M. (2012). ADMINISTRACION: UNA PERSPECTIVA GLOBAL Y EMPRESARIAL. Ed. McGraw Hill, 14ª Edición, 651 pág. University of California Los Angeles (UCLA).

Martín Martín M.A., Martínez Gormaz, R. (2010). MANUAL PRÁCTICO DE COMERCIO EXTERIOR. FC Editorial, 2ª Edición, 510 pág., Madrid.

Pérez Gorostegui, E. (2002). INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA DE LA EMPRESA. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid.

Porter M.E. (2013). VENTAJA COMPETITIVA. CREACIÓN Y SOSTENIBILIDAD DE UN RENDIMIENTO SUPERIOR. Ed. Pirámide. Edició actualitzada de la primera versió en anglés de “Ventaja Competitiva” del mateix autor. 589 pág. University of Harvard.

Porter M.E. (2013). ESTRATEGIA COMPETITIVA. TÉCNICAS PARA EL ANÁLISIS DE LA EMPRESA Y SUS COMPETIDORES. Editorial Pirámide, Grupo Anaya, 445 pág. University of Harvard.

Santesmases Mestre M. (2012). MARKETING. CONCEPTOS Y ESTRATEGIAS. 6ª Ed.,1.103 pág. Ed. Pirámide. Madrid.