



Asignatura: Marketing, economía y dirección de empresas
Código: 18441
Centro: Facultad de Ciencias
Titulación: Grado en Nutrición Humana y Dietética
Nivel: Grado
Tipo: Formación Obligatoria
Nº de créditos: 6 ECTS

ASIGNATURA / **COURSE TITLE**

Marketing, economía y dirección de empresas/**Marketing, economics and business management**

1.1. Código / **Course number**

18441

1.2. Materia / **Content area**

Marketing, economía y dirección de empresas

1.3. Tipo / **Course type**

Formación obligatoria / **Compulsory subject**

1.4. Nivel / **Course level**

Grado / **Bachelor (first cycle)**

1.5. Curso / **Year**

3º / **3rd**

1.6. Semestre / **Semester**

1º / **1st (Fall semester)**

1.7. Número de créditos / **Credit allotment**

6 créditos ECTS / **6 ECTS credits**

1.8. Requisitos previos / **Prerequisites**

Ninguno / **None**

1.9. Requisitos mínimos de asistencia a las sesiones presenciales / **Minimum attendance requirement**

La asistencia a las clases teóricas es altamente recomendable / **Attendance to lectures is highly advisable**



Asignatura: Marketing, economía y dirección de empresas
Código: 18441
Centro: Facultad de Ciencias
Titulación: Grado en Nutrición Humana y Dietética
Nivel: Grado
Tipo: Formación Obligatoria
Nº de créditos: 6 ECTS

La asistencia a clases prácticas es obligatoria en un 75% / [Attendance to 75% of the practical sessions is mandatory](#)

La asistencia a los seminarios es obligatoria en un 75% / [Attendance to 75% of the seminars is mandatory](#)

La asistencia a las tutorías es obligatoria en un 100% / [Attendance to 100% of the tutorials is mandatory](#)

1.10. Datos del equipo docente / [Faculty data](#)

Coordinador:

Docente(s) / [Lecturer\(s\)](#) **Luis Ángel Collado Cueto**
Departamento de / [Department of](#) Estructura Económica y del Desarrollo
Facultad / [Faculty](#) Ciencias Económicas y Empresariales
Despacho - Módulo / [Office - Module](#) Módulo 02, 302
Teléfono / [Phone](#): +34 91 497 4039
Correo electrónico/[Email](#): luis.collado@uam.es
Página web/[Website](#): Página del profesor/Moodle
Horario de atención al alumnado/[Office hours](#): A fijar al inicio del curso

1.11. Objetivos del curso / [Course objectives](#)

La asignatura tiene el **objetivo** de que el alumno sea capaz de valorar la viabilidad económica de las empresas agroalimentarias, y de asesorar en las tareas de organización, gestión, publicidad y marketing, en particular en el etiquetaje y presentación de los productos alimenticios.

Además de contribuir a la adquisición de todas las competencias generales y de las propias del Grado en Nutrición Humana y Dietética, este curso tendrá una especial incidencia en la formación dirigida a la adquisición de las siguientes competencias específicas:

- Conocer los aspectos relacionados con la economía y gestión de las empresas alimentarias.
- Participar en el diseño, organización y gestión de los distintos servicios de alimentación.
- Participar en los equipos empresariales de marketing social, publicidad y alegaciones saludables.



Asignatura: Marketing, economía y dirección de empresas
Código: 18441
Centro: Facultad de Ciencias
Titulación: Grado en Nutrición Humana y Dietética
Nivel: Grado
Tipo: Formación Obligatoria
Nº de créditos: 6 ECTS

1.12. Contenidos del programa / [Course contents](#)

PARTE I.- CONCEPTOS BÁSICOS DE ECONOMÍA DEL SISTEMA AGROALIMENTARIO: PRODUCCION, CONSUMO Y MERCADOS.

Tema 1. Estructura del sistema agroalimentario.

Tema 2. Producción agroalimentaria: la oferta.

Tema 3. Consumo agroalimentario: la demanda.

Tema 4. La interacción de la oferta y la demanda: Estructura y tipología de mercados agrarios y agroalimentarios.

PARTE II.- CONCEPTOS BASICOS DE GESTION DE LA EMPRESA: ADMINISTRACION, DIRECCION Y MARKETING AGROALIMENTARIO.

Tema 5. Fundamentos de creación y organización de una empresa agroalimentaria: sociedades mercantiles, cooperativas y sociedades agrarias de transformación.

Tema 6. La empresa y la producción agroalimentaria: Estructura empresarial, inversión, producción y costes.

Tema 7. Dinámica del sistema agroalimentario y estrategias de las empresas: Impacto de la tecnología y la innovación.

Tema 8. Comercialización e instrumentos de marketing agroalimentario: estrategias de precio, producto, promoción y distribución en el sector de la alimentación.

1.13. Referencias de consulta / [Course bibliography](#)

REFERENCIAS OBLIGATORIAS

Transparencias de clase publicadas en el servicio de reprografía de la Facultad. Estas referencias son la base para la preparación de la asignatura, si bien podrá ser ampliada complementada con la siguiente bibliografía básica.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- Albert, C. (2004): *Comercialización de productos agrarios*, Ediciones Mundi-Prensa, Madrid
- Alonso Sebastián, R. y Serrano Bermejo, A. (2008): *Economía de la empresa agroalimentaria*, Ediciones Mundi-Prensa, Madrid.
- Ballesteros, E. (2000): *Economía de la empresa agraria y alimentaria*, Ediciones Mundi-Prensa, Madrid



Asignatura: Marketing, economía y dirección de empresas
Código: 18441
Centro: Facultad de Ciencias
Titulación: Grado en Nutrición Humana y Dietética
Nivel: Grado
Tipo: Formación Obligatoria
Nº de créditos: 6 ECTS

- Briz, J. (coord.) (2003): *Internet, trazabilidad y seguridad alimentaria*, Ediciones Mundi-Prensa, Madrid.
- Bueno Campos, E. (2004): *Curso básico de economía de la empresa, un enfoque de organización*, Ediciones Pirámide, Madrid.
- Caldentey, P. (1998): *Nueva economía agroalimentaria*, Editorial Agrícola Española S. A, Madrid.
- Caldentey, P. y Haro, T. (2004) *Comercialización de productos agrarios.*, Ed. Agrícola Española S. A - Ed. Mundi-Prensa, Madrid.
- Caldentey, P. et al. (2000): *Marketing Agrario*, Madrid.
- Caldentey, P. y Gómez A. C. (1993): *Economía de los Mercados Agrarios*, Ediciones Mundi-Prensa, Madrid.
- Colom, A. (2009): *Introducción a la Economía de la Empresa Alimentaria*. Universitat de Lleida, Lérida. *Mimeo*
- Colomarde, J.V. (2004): *Marketing ecológico*, ESIC, Madrid.
- Mochón, F. (2006): *El arte de dirigir una empresa*, McGrawHill, Madrid.

REVISTAS RELACIONADAS CON EL ESTUDIO DEL SECTOR AGROALIMENTARIO

- Agroeuropa (Agencia EFE)
- Alimarket (Publicaciones Alimarket)
- Alimentación Nutrición y Salud (FAO)
- Alimentaria (EYPASA)
- Aral (Publicaciones Aral)
- Distribución y Consumo (Mercasa)
- Economía Agraria y Recursos Naturales (Asociación Española de Economía Agraria)
- Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros (Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación)

ALGUNAS PAGINAS WEB DE INTERÉS

- <http://www.fao.org> (FAO)
- <http://www.ifpri.org> (International Food Policy Research Institute)
- <http://www.eclac.cl> (CEPAL)
- <http://www.worldbank.org> (Banco Mundial)
- <http://europa.eu> (Unión Europea)
- <http://www.marm.es> (Minist. de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente)
- <http://www.fiab.es> (Fed. de Industrias de Alimentación y Bebidas)



Asignatura: Marketing, economía y dirección de empresas
Código: 18441
Centro: Facultad de Ciencias
Titulación: Grado en Nutrición Humana y Dietética
Nivel: Grado
Tipo: Formación Obligatoria
Nº de créditos: 6 ECTS

2. Métodos docentes / Teaching methodology

1. **Clases teóricas:** exposición oral por parte del profesor de los contenidos teóricos fundamentales de cada tema. En las sesiones se utilizará material audiovisual (transparencias...) que estarán disponibles para los alumnos en el servicio de reprografía de la Facultad.
2. **Clases prácticas:** explicación de contenidos prácticos y resolución por parte de los alumnos de ejercicios y casos prácticos propuestos por el profesor orientados a la realización del Plan de Empresa. Los ejercicios se realizarán en talleres orientados por el profesor y podrán utilizar el material que se especifique en cada una.
3. **Tutorías programadas:** sesiones en grupos pequeños para seguimiento y corrección del Plan de Empresa. Las tutorías programadas estarán reflejadas en el cronograma definitivo del curso y se anunciarán con dos semanas de antelación en la página de docencia en red.
4. **Seminarios especializados:** sesiones monográficas sobre aspectos del temario o tareas encomendadas al estudiante, fundamentalmente lecturas de la bibliografía básica y de las revistas especializadas. Los seminarios estarán reflejados en el cronograma definitivo del curso, dentro de las horas reservadas para sesiones prácticas, y se anunciarán con dos semanas de antelación en la página de docencia en red.
5. **Estudio personal:** aprendizaje autónomo académicamente dirigido por el profesor a través de las tareas publicadas en la página de docencia en red.

3. Tiempo de trabajo del estudiante / Student workload

		Nº de horas
Presencial	Clases teóricas	29 h
	Clases prácticas	10 h
	Seminarios	4 h
	Tutorías programadas a lo largo del semestre	2 h
	Realización de exámenes	3 h
No presencial	Realización de actividades prácticas	30 h
	Estudio semanal (3 horas semanales aprox.)	42 h
	Preparación del examen	30 h
Carga total de horas de trabajo: 25 horas x 6 ECTS		150 h



Asignatura: Marketing, economía y dirección de empresas
Código: 18441
Centro: Facultad de Ciencias
Titulación: Grado en Nutrición Humana y Dietética
Nivel: Grado
Tipo: Formación Obligatoria
Nº de créditos: 6 ECTS

4. Métodos de evaluación y porcentaje en la calificación final / Evaluation procedures and weight of components in the final grade

La evaluación de los alumnos se realizará a partir de los siguientes elementos y con la siguiente ponderación en la calificación final:

- Exámenes: 50%
- Resolución de casos prácticos y participación en seminarios: 15 %
- Realización de Plan de empresa: 30 %
- Informes de la participación del estudiante en tutoría: 5 %

Exámenes: Suponen un 50% sobre la nota final. La prueba consistirá en exámenes tipo test. El alumno deberá tener al menos una calificación de 4,5 puntos sobre 10 para que se le considere tanto la puntuación de los casos prácticos y seminarios, como la del plan de empresa. Los exámenes son recuperables en la evaluación extraordinaria.

Se realizará un parcial liberatorio de los cuatro primeros temas. Los alumnos que no obtengan en el mismo una calificación igual o superior a 4,5 deberán examinarse necesariamente de la totalidad de los temas en la prueba del segundo parcial-final. Los que tengan una calificación entre 4,5 y 4,9 en el examen parcial podrán optar por presentarse a la totalidad de los temas en el segundo parcial-final.

Los alumnos que se examinen solamente de los últimos cuatro temas en el segundo parcial-final, deberán sacar en dicha prueba una calificación al menos de 4,5 para que se le considere tanto la puntuación del Plan de Empresa, como de seminarios.

Resolución de casos prácticos y seminarios: Suponen un 15% sobre la nota final. A lo largo del curso se realizarán pequeños casos prácticos individuales o en grupo, así como seminarios especializados para profundizar en conceptos o cuestiones complementarias a los elementos básicos de la asignatura. La participación de cada alumno en la resolución de los casos prácticos o seminarios será evaluada con las calificaciones 0; 2,5; 5; 7,5 ó 10 en función de la corrección de las respuestas y del esfuerzo realizado. Para poder presentarse al examen será necesario haber entregado al menos el 75% de los mismos. Aquellos no entregados o plagiados serán calificados con 0. La resolución de casos prácticos no es recuperable en la evaluación extraordinaria. La calificación obtenida durante el curso se mantendrá para la evaluación extraordinaria de ese curso.

Realización del Plan de Empresa: Supone un 30% sobre la nota final. Cada uno de los Planes de Empresa será evaluado con las calificaciones 0; 2,5; 5; 7,5 ó 10 en función de la corrección del mismo y el esfuerzo realizado. Para poder presentarse al examen



Asignatura: Marketing, economía y dirección de empresas
Código: 18441
Centro: Facultad de Ciencias
Titulación: Grado en Nutrición Humana y Dietética
Nivel: Grado
Tipo: Formación Obligatoria
Nº de créditos: 6 ECTS

será necesario haber entregado el plan de empresa. Los planes de empresa deben ser entregados dentro de las fechas indicadas. En caso contrario se podrá entregar en la convocatoria extraordinaria. La realización del plan de empresa es recuperable en la evaluación extraordinaria, siempre y cuando se haya asistido a las clases prácticas para su realización. Los planes de empresa plagiados serán calificados con un 0.

Informes de la participación del estudiante en tutorías: Supone un 5% sobre la nota final. Cada uno de los alumnos podrá ser evaluado con las calificaciones 0; 2,5; 5; 7,5 ó 10 en función de la constatación que se tenga de la participación de cada alumno en la elaboración de Plan de Empresa a través de preguntas, cuestionarios, autoevaluaciones, etc. La participación del estudiante en tutorías no es recuperable en la evaluación extraordinaria. La calificación obtenida durante el curso se mantendrá para la evaluación extraordinaria.

Evaluación extraordinaria

La evaluación extraordinaria consistirá en un examen tipo test sobre la totalidad de la asignatura o solamente sobre los cuatro últimos temas, en el caso de que los alumnos hubiesen liberado los cuatro primeros. Aquellos alumnos que no lo hubiesen entregado en la convocatoria ordinaria un Plan de Empresa o hubiesen salido del grupo podrán presentarlo en la convocatoria extraordinaria siempre y cuando hayan acudido a las clases prácticas para su realización, si bien su calificación máxima será de 5.

La calificación final de la asignatura en la convocatoria extraordinaria se calculará del mismo modo en que en la evaluación ordinaria.

Se calificará como "No evaluado" el alumno que en el que concurren las siguientes circunstancias:

- No haya realizado, al menos, el 25% de los casos prácticos y seminarios.
- No haya entregado el Plan de Empresa.
- No haya realizado ningún examen.

5. Cronograma* / Course calendar

Semana Week	Contenido Contents	Horas presenciales Contact hours	Horas no presenciales Independent study time
1	Tema 1	3	3
2	Tema 1-2 Clase práctica/Seminario	2 1	3 2
3	Temas 2	3	3
4	Tema 3 Clase práctica/Seminario	2 1	3 2



Asignatura: Marketing, economía y dirección de empresas
Código: 18441
Centro: Facultad de Ciencias
Titulación: Grado en Nutrición Humana y Dietética
Nivel: Grado
Tipo: Formación Obligatoria
Nº de créditos: 6 ECTS

Semana Week	Contenido Contents	Horas presenciales Contact hours	Horas no presenciales Independent study time
5	Tema 3-4	3	3
6	Tema 4 Clase práctica/Seminario	2 1	3 2
7	Tema 5	3	6
8	Clases prácticas (Plan de empresa) Clase práctica/Seminario Examen parcial	4 1 1,5	4 1 12
9	Tema 5-6	3	7
10	Tema 6-7 Clase práctica/Seminario	2 1	3 2
11	Tema 7 Clases prácticas (Plan de empresa)	1 4	3 8
12	Tema 7 Clase práctica/Seminario	2 1	3 2
13	Tema 8	3	6
14	Examen (2º parcial-final) Entrega del Plan de Empresa	1,5	15 6

*Este cronograma tiene carácter orientativo.