



Asignatura: Marketing, economía y dirección de empresas
Código:18441
Centro: Facultad de Ciencias
Titulación: Grado en Nutrición Humana y Dietética
Curso Académico: 2016-2017
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/Coursetype

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. Idioma / Language

Español. Se emplea también inglés en el material docente / In addition to Spanish, English is also used in teaching material

1.8. Requisitos previos / Prerequisites

Ninguno / None



Asignatura: Marketing, economía y dirección de empresas
Código:18441
Centro: Facultad de Ciencias
Titulación: Grado en Nutrición Humana y Dietética
Curso Académico: 2016-2017
Tipo: Formación Obligatoria
Nº de créditos: 6 ECTS

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**

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

El resto del profesorado implicado en la asignatura puede consultarse en la página web del título:

<http://www.uam.es/ss/Satellite/Ciencias/es/1242671509781/listadoCombo/Profesorado.htm>

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.

A través de la metodología docente empleada y las actividades formativas desarrolladas a lo largo del curso, el estudiante logrará adquirir las siguientes competencias del título asociadas al Módulo de **Higiene, Seguridad Alimentaria y Gestión de Calidad**, de acuerdo con la Orden CIN730/2009:



Asignatura: Marketing, economía y dirección de empresas
Código:18441
Centro: Facultad de Ciencias
Titulación: Grado en Nutrición Humana y Dietética
Curso Académico: 2016-2017
Tipo: Formación Obligatoria
Nº de créditos: 6 ECTS

- CE18 Participar en el diseño, organización y gestión de los distintos servicios de alimentación.
- CE21 Conocer los aspectos relacionados con la economía y gestión de las empresas alimentarias.
- CE23 Participar en los equipos empresariales de marketing social, publicidad y alegaciones saludables.

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 BÁSICOS DE GESTIÓN DE LA EMPRESA: ADMINISTRACIÓN, DIRECCIÓN 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. 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 la página de docencia (Moodle). 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.



Asignatura: Marketing, economía y dirección de empresas
Código:18441
Centro: Facultad de Ciencias
Titulación: Grado en Nutrición Humana y Dietética
Curso Académico: 2016-2017
Tipo: Formación Obligatoria
Nº de créditos: 6 ECTS

- Ballestero, E. (2000): *Economía de la empresa agraria y alimentaria*, Ediciones Mundi-Prensa, Madrid
- 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://europa.eu> (Unión Europea)
- <http://www.magrama.gob.es> (Minist. de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente)
- <http://www.fiab.es> (Fed. de Industrias de Alimentación y Bebidas)
- **Manual IPYME sobre la creación y puesta en marcha de una empresa** (<http://www.ipyme.org/publicaciones/creacionempresas.pdf>)



Asignatura: Marketing, economía y dirección de empresas
Código:18441
Centro: Facultad de Ciencias
Titulación: Grado en Nutrición Humana y Dietética
Curso Académico: 2016-2017
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 página de docencia en red (Moodle).
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
Curso Académico: 2016-2017
Tipo: Formación Obligatoria
Nº de créditos: 6 ECTS

4. Métodos de evaluación y porcentaje en la calificación final / Evaluation procedures and weightof 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: 10%
- Realización de Plan de Empresa: 35%
- Tutorías programadas del Plan de Empresa: 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 los seminarios.

Estas pruebas evalúan las competencias del estudiante relacionadas con la adquisición de conocimientos y la asimilación de los contenidos teóricos propios de la asignatura (CE18, CE21 y CE23), así como el grado de adquisición de competencias generales, como las que a continuación se señalan:

- CG1.- Capacidad de análisis y síntesis de información
- CG2.- Capacidad de organización y planificación
- CG6.- Capacidad de reunir e interpretar datos relevantes y de gestionar la información
- CG15.- Capacidad de razonamiento crítico
- CG20.- Capacidad para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
- CG27.- Capacidad de aplicar sus conocimientos al desarrollo práctico de su profesión
- CG28.- Capacidad de aprendizaje autónomo



Asignatura: Marketing, economía y dirección de empresas
Código:18441
Centro: Facultad de Ciencias
Titulación: Grado en Nutrición Humana y Dietética
Curso Académico: 2016-2017
Tipo: Formación Obligatoria
Nº de créditos: 6 ECTS

Resolución de casos prácticos y seminarios: Suponen un 10% 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.

La resolución de casos prácticos y seminarios evalúan las competencias del estudiante relacionadas con la adquisición de conocimientos y la asimilación de los contenidos teóricos propios de la asignatura (CE18, CE21 y CE23), así como el grado de adquisición de competencias generales, como las que a continuación se señalan:

CG1.- Capacidad de análisis y síntesis de información

CG2.- Capacidad de organización y planificación

CG3.- Capacidad de una correcta comunicación oral y escrita en lengua nativa

CG6.- Capacidad de reunir e interpretar datos relevantes y de gestionar la información

CG7.- Capacidad de resolución de problemas

CG11.- Habilidad para el trabajo en equipo de carácter interdisciplinar

CG15.- Capacidad de razonamiento crítico

CG16.- Capacidad de elaboración y defensa de argumentos.

CG18.- Capacidad de reflexión y juicio sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CG19.- Capacidad de transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
CG27.- Capacidad de aplicar sus conocimientos al desarrollo práctico de su profesión

Realización del Plan de Empresa: Supone un 35% 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 cumplimiento de los requisitos formales. Para poder presentarse al examen será necesario haber entregado el plan de empresa y haber asistido al menos a una tutoría de seguimiento. 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 del Plan de Empresa: 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 del cumplimiento de los hitos marcados para las tutorías y de la constatación que se tenga de la participación de cada



Asignatura: Marketing, economía y dirección de empresas
Código:18441
Centro: Facultad de Ciencias
Titulación: Grado en Nutrición Humana y Dietética
Curso Académico: 2016-2017
Tipo: Formación Obligatoria
Nº de créditos: 6 ECTS

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.

La realización del Plan de Empresa y las correspondientes tutorías obligatorias de seguimiento del mismo evalúan las competencias del estudiante relacionadas con la adquisición de conocimientos y la aplicación práctica de los contenidos teóricos de la asignatura y desarrolla las competencias específicas CE18 y CE21. Además valora la adquisición de competencias generales, como las que a continuación se señalan:

- CG1.- Capacidad de análisis y síntesis de información
- CG2.- Capacidad de organización y planificación
- CG6.- Capacidad de reunir e interpretar datos relevantes y de gestionar la información
- CG7.- Capacidad de resolución de problemas
- CG8.- Capacidad para la reflexión y la toma de decisiones
- CG10.- Seguridad en sí mismo
- CG15. Capacidad de razonamiento crítico
- CG16. Capacidad de elaboración y defensa de argumentos.
- CG17.- Iniciativa y espíritu emprendedor
- CG20.- Capacidad para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
- CG27.- Capacidad de aplicar sus conocimientos al desarrollo práctico de su profesión
- CG30.- Creatividad
- CG33.- Iniciativa y espíritu emprendedor
- CG35.- Orientación hacia la obtención de resultados

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 y a tutorías de seguimiento, 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 ordinario.

Se calificará como “No evaluado” el alumno que en el que concurran 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.



Asignatura: Marketing, economía y dirección de empresas
Código:18441
Centro: Facultad de Ciencias
Titulación: Grado en Nutrición Humana y Dietética
Curso Académico: 2016-2017
Tipo: Formación Obligatoria
Nº de créditos: 6 ECTS

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
5	Tema 3-4	3	3
6	Tema 4 Clase práctica/Seminario	2 1	3 2
7	Tema5	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 Clase práctica/Seminario	2 1	3 2
11	Tema 6 Clases prácticas (Plan de empresa)	1 4	3 8
12	Tema 7 Clase práctica/Seminario	2 1	3 2
13	Tema 7	3	6
14	Examen (2º parcial-final) Entrega del Plan de Empresa	1,5	15 6

*Este cronograma tiene carácter orientativo.