

Año académico	2015-16
Asignatura	10290 - Empresa Alimentaria y Marketing
Grupo	Grupo 1, 1S
Guía docente	A
Idioma	Castellano

## Identificación de la asignatura

<b>Asignatura</b>	10290 - Empresa Alimentaria y Marketing
<b>Créditos</b>	0,6 presenciales (15 horas) 2,4 no presenciales (60 horas) 3 totales (75 horas).
<b>Grupo</b>	Grupo 1, 1S
<b>Período de impartición</b>	Primer semestre
<b>Idioma de impartición</b>	Castellano

## Profesores

Profesor/a	Horario de atención a los alumnos					
	Hora de inicio	Hora de fin	Día	Fecha inicial	Fecha final	Despacho
Begoña Muguera Marquín	Hay que concertar cita previa con el/la profesor/a para hacer una tutoría					
Ana María Rodríguez Guerrero <a href="mailto:amrodriguez@uib.es">amrodriguez@uib.es</a>	15:30	16:30	Lunes	14/09/2015	29/07/2016	Q.11 (planta baixa, edifici Mateu Orfila)

## Contextualización

### PROFESORADO:

Begoña MUGUERZA has a permanent position as professor at the University Rovira i Virgili (Tarragona, Spain) since 2010. Laboratory of Nutrigenomic group, Biochemistry and Biotechnology

Begoña Muguera has 13 years of experience as R+D+I research project leader with an extensive experience in R+D+I project management in 3 global food companies, with expertise in preclinical and clinical studies on the health beneficial effects of food ingredients and in the development of new food ingredients. She has participated in 29 funded R+D+I projects from public calls, being main researcher in 12 of them, and in 24 R+D+I research contracts with food companies, being main researcher in 4 of them. She has participated in international scientific committees of 3 global food companies. She has more than 45 published papers in prestigious international journals (Gastroenterology, Journal of Hepatology, Toxicology, Pharmacological Research, Plos One, Journal of Nutritional Biochemistry, Food Chemistry, Food Research International, Journal of Agricultural and Food Chemistry, British Journal of Nutrition, BBA-Molecular Basis of Disease, Journal of Dairy Science, International Dairy Journal, Journal of Functional Foods, Foodborne Pathogens And Disease.), indexed in JCR, and she has 5 international patents. Her research activity in the area of Food Technology and Nutrition has been recognized by the Catalan Government with two "Six-year period" of positive researching evaluation.

At present, she shares her research activity in the university with her teaching activity in the area of Biochemistry and Nutrition and she has supervised 1 doctoral thesis. In addition, she continues developing research projects along with food companies, and collaborates very actively with the Technological Centre of Nutrition and Health (CTNS, Reus, Spain), which supports and assists food companies in the field of nutrition and health.

### ASIGNATURA:



Año académico	2015-16
Asignatura	10290 - Empresa Alimentaria y Marketing
Grupo	Grupo 1, 1S
Guía docente	A
Idioma	Castellano

Debido a la gran importancia del sector alimentario en la económica y a la influencia que esta tiene en el desarrollo de diferentes actividades relacionadas con la Nutrición, se hace necesario enmarcar los conocimientos de los nutricionistas dentro del marco económico y social en el que se sitúan. Este hecho tiene una especial relevancia en el tema del marketing de los productos y servicios alimentarios. En esta asignatura se imparten las bases sobre el estado actual de las empresas alimentarias, evaluación de la necesidad y consumo, marketing, publicidad y éxito de producto.

## Requisitos

## Competencias

### Específicas

- \* EE1- Conocer las bases de la legislación alimentaria.
- \* EE3- Conocimiento del mercado en el ámbito de la alimentación.
- \* EE4- Conocer el funcionamiento de las empresas del sector y de sus departamentos de I+D+I.

### Genéricas

- \* G14 - Conocer en profundidad el ámbito de la Investigación Científica y su repercusión en la sociedad.
- \* G3 - Capacidad de trabajar de forma autónoma, con iniciativa y de solucionar problemas de forma efectiva.
- \* CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

### Básica

- \* Se pueden consultar las competencias básicas que el estudiante tiene que haber adquirido al finalizar el máster en la siguiente dirección: [http://estudis.uib.cat/es/master/comp\\_basiques/](http://estudis.uib.cat/es/master/comp_basiques/)

## Contenidos

### Contenidos temáticos

Temas. Empresa Alimentaria y Marketing

1. Introducción

Sectores industriales más importantes

2. Industria alimentaria

Características principales y elementos más significativos de la industria alimentaria a nivel nacional y europeo. Competitividad. Industria española en la UE. Principales subsectores alimentarios a

nivel nacional. Producción, mercado interior y exportación.

3. Áreas prioritarias para la industria española.



Año académico	2015-16
Asignatura	10290 - Empresa Alimentaria y Marketing
Grupo	Grupo 1, 1S
Guía docente	A
Idioma	Castellano

- Seguridad, trazabilidad y normas ISO.
  - Denominaciones de calidad: DOP (denominación de origen protegida), Indicación Geográfica Protegida (I.G.P.) y Especialidad Tradicional Garantizada (E.T.G.)
  - Medioambiente
  - Formación continua
  - I+D+I
  - Comunicación
4. Comercio alimentario
- Mercado nacional: consumo alimentario, análisis del mercado de la distribución
  - Comercio exterior: balanza comercial, inversiones en el exterior, promoción exterior
5. Competitividad de las empresas alimentarias
- Importancia I+D+I. Inversión.
  - Marco regulatorio. Novel foods. Aditivos alimentarios. Alimentos funcionales
  - Retos actuales de la industria alimentaria
6. Innovación en la industria alimentaria
- Innovación tecnológica. Nuevos proceso de transformación y control. Películas y recubrimientos comestibles, nuevas tecnologías de conservación, Encapsulación.
  - Innovación funcional: Criterios para definir el concepto de producto: consumidor, costes, aspectos científicos.
7. Como conocer y satisfacer las expectativas del consumidor. Relación con la innovación en las empresas alimentarias
- Percepción del consumidor. Herramientas para entender la respuesta del consumidor: hábitos de compra y de consumo, preferencias, preocupaciones. Tendencias de consumo y su relación con la innovación a nivel industrial. Estudio de las características de los consumidores y de sus hábitos de consumo sobre la aceptación de los nuevos productos lanzados. Cliente como consumidor final o como cliente industrial. Empresas alimentarias consumidoras: sector, tipología, tamaño, ventas, innovación.

## Metodología docente

### Actividades de trabajo presencial

Modalidad	Nombre	Tip. agr.	Descripción	Horas
Clases teóricas	Sesiones magistrales	Grupo grande (G)	Exposición por parte del profesor de los contenidos de la asignatura	10
Seminarios y talleres	Seminarios	Grupo mediano (M)	Discusión y presentación oral por parte de los alumnos de temas concretos propuestos por el profesor.	4
Otros	Actividades Introdutorias	Grupo grande (G)	Actividades encaminadas a conocer a los alumnos y sus inquietudes en relación con la asignatura y a presentar la asignatura	1

Año académico	2015-16
Asignatura	10290 - Empresa Alimentaria y Marketing
Grupo	Grupo 1, 1S
Guía docente	A
Idioma	Castellano

Al inicio del semestre estará a disposición de los estudiantes el cronograma de la asignatura a través de la plataforma UIBdigital. Este cronograma incluirá al menos las fechas en las que se realizarán las pruebas de evaluación continua y las fechas de entrega de los trabajos. Asimismo, el profesor o la profesora informará a los estudiantes si el plan de trabajo de la asignatura se realizará a través del cronograma o mediante otra vía, incluida la plataforma Campus Extens.

### Actividades de trabajo no presencial

Modalidad	Nombre	Descripción	Horas
Estudio y trabajo autónomo individual	Cuestiones	Contestar de forma escrita a unas cuestiones previamente planteadas por el profesor	2
Estudio y trabajo autónomo individual	Trabajo	Trabajo en profundidad sobre un tema propuesto por el profesor	53
Estudio y trabajo autónomo individual o en grupo	Seminarios	Preparación y presentación escrita por parte de los alumnos de temas concretos propuestos por el profesor.	5

### Riesgos específicos y medidas de protección

Las actividades de aprendizaje de esta asignatura no conllevan riesgos específicos para la seguridad y salud de los alumnos y, por tanto, no es necesario adoptar medidas de protección especiales.

### Evaluación del aprendizaje del estudiante

#### Cuestiones

Modalidad	Estudio y trabajo autónomo individual
Técnica	Pruebas de respuesta breve ( <b>no recuperable</b> )
Descripción	Contestar de forma escrita a unas cuestiones previamente planteadas por el profesor
Criterios de evaluación	0-10

Porcentaje de la calificación final: 50%

#### Trabajo

Modalidad	Estudio y trabajo autónomo individual
Técnica	Trabajos y proyectos ( <b>no recuperable</b> )
Descripción	Trabajo en profundidad sobre un tema propuesto por el profesor
Criterios de evaluación	0-10

Porcentaje de la calificación final: 40%



Año académico	2015-16
Asignatura	10290 - Empresa Alimentaria y Marketing
Grupo	Grupo 1, 1S
Guía docente	A
Idioma	Castellano

### Seminarios

Modalidad	Estudio y trabajo autónomo individual o en grupo
Técnica	Trabajos y proyectos ( <b>no recuperable</b> )
Descripción	Preparación y presentación escrita por parte de los alumnos de temas concretos propuestos por el profesor.
Criterios de evaluación	0-10

Porcentaje de la calificación final: 10%

### Recursos, bibliografía y documentación complementaria

#### Bibliografía básica

Confederation of the food and drink industries of the UE ( CIAA) benchmarking report 2006. The competitiveness of the EU food and drink industry. 2006.

Industria de alimentación y bebidas. Sector estratégico para España. Federación Española de Industrias de la alimentación y Bebidas (FIAB). 2013.

#### Bibliografía complementaria

Fundación Tomás Pascual y Pilar Gómez-Cuétara Universidad de Burgos, Los retos actuales de la industria alimentaria, Editorial IMC, 2010

