

Año académico	2017-18
Asignatura	10290 - Empresa Alimentaria y Marketing
Grupo	Grupo 1, 1S
Guía docente	D
Idioma	Castellano

Identificación de la asignatura

Nombre	10290 - Empresa Alimentaria y Marketing
Créditos	1 presenciales (25 horas) 2 no presenciales (50 horas) 3 totales (75 horas).
Grupo	Grupo 1, 1S
Período de impartición	Primer semestre
Idioma de impartición	Castellano

Profesores

Profesor/a	Horario de atención a los alumnos					
	Hora de inicio	Hora de fin	Día	Fecha inicial	Fecha final	Despacho
Begoña Muguera Marquínez	Hay que concertar cita previa con el/la profesor/a para hacer una tutoría					
	15:00	16:00	Lunes	01/09/2017	31/07/2018	Office Q.11 (Mateu Orfila building, Campus UIB)
Ana María Rodríguez Guerrero amrodriguez@uib.es						

Contextualización

La gran importancia del sector alimentario en la economía y la influencia que esta tiene en el desarrollo de las diferentes actividades relacionadas con la Nutrición hace necesario enmarcar los conocimientos de los nutricionistas dentro del marco económico y social en el que se sitúan. Esto tiene una especial relevancia en el tema del Marketing de 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 del producto.

TEACHING LANGUAGE: **THIS SUBJECT IS IN SPANISH** (both spoken and written slides) (although the lecturer can answer some questions and doubts in English).

Requisitos

No hay requisitos esenciales

Competencias

Las competencias están enfocadas al desarrollo de un perfil profesionalizador

Año académico	2017-18
Asignatura	10290 - Empresa Alimentaria y Marketing
Grupo	Grupo 1, 1S
Guía docente	D
Idioma	Castellano

Específicas

- * Conocer en profundidad el ámbito de la Nutrigenómica y la Nutrición personalizada y su repercusión en la sociedad.
- * Conocer las fuentes de financiación para la investigación, el desarrollo y la innovación dentro del ámbito de la disciplina.
- * Conocer el funcionamiento de las empresas del sector y de sus departamentos de I+D+i.
- * Habilidad para desenvolverse con soltura en un entorno profesional relacionado con la Nutrigenómica, la Nutrición Personalizada, la Nutrición Molecular y la Alimentación Funcional.
- * Ser capaz de desenvolverse en un entorno relacionado con la Seguridad Alimentaria y sus implicaciones en el campo de los Nuevos Alimentos..
- * Conocimiento del mercado en el ámbito de la alimentación.
- * Comprender la diversidad de ámbitos de conocimiento que forman parte del área de la Nutrigenómica y la Nutrición Personalizada.

Genéricas

- * Capacidad de organizar y planificar las actividades propias de su campo de trabajo.
- * Capacidad de aplicar el pensamiento crítico, lógico y creativo en su trabajo.
- * Saber incorporar los avances científicos al propio campo profesional.
- * Capacidad de trabajar de forma autónoma y con iniciativa.
- * Habilidad y flexibilidad para solucionar problemas de forma efectiva.
- * Capacidad para trabajar interdisciplinariamente.
- * Respeto por la ética y la integridad intelectual.
- * Capacidad para valorar y participar en el trabajo en equipo.
- * Comprensión avanzada del contexto global en el que se desarrolla el área de especialidad.
- * Apreciación de que el conocimiento avanzado proporciona la capacidad de liderazgo en el área de especialidad.
- * Comprender el valor de los conocimientos adquiridos para la comunidad.
- * Capacidad para involucrarse en aspectos de la sociedad contemporánea.

Básicas

- * 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/

Contenidos

El temario está dividido en 7 temas.

TEACHING LANGUAGE: THIS SUBJECT IS IN SPANISH (both spoken and written slides) (although the lecturer can answer some questions and doubts in English).

Contenidos temáticos

Tema 1. Introducción

Sectores industriales más importantes

Tema 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.

Año académico	2017-18
Asignatura	10290 - Empresa Alimentaria y Marketing
Grupo	Grupo 1, 1S
Guía docente	D
Idioma	Castellano

Tema 3. Áreas prioritarias para la industria española.

- 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.

Tema 4. Comercio alimentario

- Mercado nacional: consumo alimentario, análisis del mercado de la distribución
- Comercio exterior: balanza comercial, inversiones en el exterior, promoción exterior

Tema 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

Tema 6. Innovación en la industria alimentaria

- Innovación tecnológica. Nuevos proceso de transformación y control. Películas y recubrimientos comestibles, nuevas tecnologías de conservación, Encapsulación.

Año académico	2017-18
Asignatura	10290 - Empresa Alimentaria y Marketing
Grupo	Grupo 1, 1S
Guía docente	D
Idioma	Castellano

-Innovación funcional: Criterios para definir el concepto de producto: consumidor, costes, aspectos científicos.

Tema 7. Como conocer y satisfacer las expectativas del consumidor. Relación con la innovación en las empresas alimentarias

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

La asignatura se estructura en clases magistrales con teoría, ejemplos y ejercicios y la realización de trabajos por los alumnos que son tutorizados por el profesor

Volumen

Trabajo presencial:

- contestación en grupo a cuestiones propuestos en clase
- clases teóricas

Trabajo no presencial

- trabajo fin de curso
- cuestionario de preguntas breves sobre la asignatura

Actividades de trabajo presencial

Modalidad	Nombre	Tip. agr.	Descripción	Horas
Clases teóricas		Grupo grande (G)	Clases magistrales	25

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

Año académico	2017-18
Asignatura	10290 - Empresa Alimentaria y Marketing
Grupo	Grupo 1, 1S
Guía docente	D
Idioma	Castellano

Modalidad	Nombre	Descripción	Horas
Estudio y trabajo autónomo individual	Cuestionario de preguntas breves	Los alumnos deben contestar a un cuestionario de preguntas breves que incluyan preguntas sobre todos los temas dados durante el curso	20
Estudio y trabajo autónomo individual	Trabajo final de curso	En este trabajo el alumno realizará un trabajo en formato ppt (no será necesaria su presentación oral) sobre un tema fijado por el profesor.	20
Estudio y trabajo autónomo en grupo	Contestación a cuestiones planteadas en clase	Los alumnos contestaran por grupos a preguntas planteadas en clase	10

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

La calificación será según la distribución siguiente:

La calificación será según la distribución siguiente:

Cuestiones planteadas en clase 10%

Trabajo fin de curso 40%

Cuestionario de preguntas breves 50%

Cuestionario de preguntas breves

Modalidad	Estudio y trabajo autónomo individual
Técnica	Trabajos y proyectos (no recuperable)
Descripción	Los alumnos deben contestar a un cuestionario de preguntas breves que incluyan preguntas sobre todos los temas dados durante el curso
Criterios de evaluación	Puntuación del 1 al 10.
Porcentaje de la calificación final:	30%

Trabajo final de curso

Modalidad	Estudio y trabajo autónomo individual
Técnica	Trabajos y proyectos (no recuperable)
Descripción	En este trabajo el alumno realizará un trabajo en formato ppt (no será necesaria su presentación oral) sobre un tema fijado por el profesor.
Criterios de evaluación	Puntuación del 1 al 10.
Porcentaje de la calificación final:	40%





Año académico	2017-18
Asignatura	10290 - Empresa Alimentaria y Marketing
Grupo	Grupo 1, 1S
Guía docente	D
Idioma	Castellano

Contestación a cuestiones planteadas en clase

Modalidad	Estudio y trabajo autónomo en grupo
Técnica	Trabajos y proyectos (recuperable)
Descripción	Los alumnos contestaran por grupos a preguntas planteadas en clase
Criterios de evaluación	Puntuación del 1 al 10.

Porcentaje de la calificación final: 30%

Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Un material fundamental son las presentaciones Power Point que están disponibles en el espacio Moodle de la URV.

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). 2010.

Bibliografía complementaria

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

Otros recursos

www.fiab.es **Federación de la Industria Alimentaria y Bebidas**

www.cnmv.es **Comisión Nacional del Mercado de Valores.**

