



PRESENTACIÓN

1. **Breve descripción:** La responsabilidad de los directores de marketing, de unidad de negocio y de los product managers es ser auténticos expertos en sus productos y áreas de negocio acumulando el máximo know-how respecto a todos los aspectos que afectan directa o indirectamente a sus áreas de negocio. La mayor eficiencia en el desarrollo de su actividad profesional impacta directamente en los dos parámetros más importantes de una empresa: las ventas y los costes. La herramienta básica que aglutina todo el know-how de marketing es el plan de marketing que ha de ser lo más completo y detallado posible y al mismo tiempo estar alineado con los objetivos globales de la empresa.

- **Titulación:** Máster Universitario de Gestión e Innovación Nutricional en Empresas Alimentarias
- **Módulo/Materia:** Módulo 2. Materia: Gestión, estrategia comercial y marketing
- **ECTS:** 4 ECTS
- **Curso, semestre:** 1 y 2
- **Carácter:** Obligatorio
- **Profesorado:** Esperanza Regueras
- **Idioma:** Español
- **Aula, Horario:**

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Competencias)

Conocimientos

R3. Definir las características organizativas, legales y sectoriales de las empresas de la cadena alimentaria y afines que favorecen el desarrollo de un adecuado estándar de trabajo de acuerdo con los Estándares Europeos de Informes de Sostenibilidad (ESRS).

R4. Conocer las técnicas de gestión y dirección de personas, así como de desarrollo de negocio, que les permitan liderar actividades en empresas de la cadena alimentaria.

Habilidades o Destrezas

R15. Formular un plan de negocio profesional como herramienta para la creación de productos alimentarios saludables y sostenibles en el ámbito de una empresa de la cadena alimentaria o un centro de innovación/investigación en nutrición.

PROGRAMA

1. Introducción y Entorno.
2. Caso o ejercicio 1
3. Definición del mercado target, perfil de producto y su análisis.
4. Caso o ejercicio 2
5. Ejercicio práctico análisis de mercado y producto. Presentaciones de grupos.
6. Análisis de la parte científica-técnica del mercado target: claims y sustanciación. Caso o ejercicio 3
7. Análisis de producto desde punto de vista científico-técnico.
8. Caso o ejercicio 4
9. SWOT. Caso o ejercicio 5.
10. Posicionamiento. Caso o ejercicio 6
11. Modelo de forecast.



Universidad de Navarra

12. Caso o ejercicio 7
13. Plan estratégico y táctico I: objetivos, estrategias y actividades.
14. Plan estratégico y táctico II: objetivos, estrategias y actividades. Ejercicio práctico sobre el BC seleccionado.
15. Plan de inversiones. Ejercicio práctico sobre el BC seleccionado.
16. P&L. Ejercicio práctico sobre BC.
17. Como defender y adaptar el BC.
18. Dudas y trabajo sobre el BC/plan
19. Conclusiones y cierre
20. Examen y presentación del BC por mini-grupos de 2-3 personas.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

1. Actividad formativa (4 ECTS x 25 = 100 h)

- Clases presenciales teóricas: 19
- Clases presenciales practicas: 19
- Tutorías: 2 h
- Trabajo no presencial del alumno: 56 h
- Examen: 4 h

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

Combinación de participación en clase (30%), resolución y presentación de casos/ejercicios durante la asignatura (20%), Elaboración y presentación del Business Case final (50%).

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Los alumnos que no aprueben en la convocatoria ordinaria (puntuación mínima de 5 sobre 10), deberán volver a realizar un examen con las mismas características anteriormente citadas en la convocatoria ordinaria.

ALUMNOS CON NECESIDADES ESPECIALES

Los estudiantes con necesidades educativas especiales deberán ponerse previamente en contacto con la Coordinación de Estudios de la facultad para obtener la autorización correspondiente a las adaptaciones (por ejemplo, disponer de más tiempo en los exámenes). Dicha autorización deberá ser enviada por el alumno al profesor. Se recomienda realizar esta gestión al comienzo del cuatrimestre.

ATENCIÓN

Se recuerda que cualquier intento de fraude, copia, plagio u otro comportamiento irregular supone una infracción grave tal y como está contemplado en el título IV "Normas de disciplina académica de los estudiantes" dentro del Sistema de normas sobre la convivencia en la Universidad de Navarra.

En casos justificados de tener que realizar exámenes fuera de las fechas oficiales, el tipo y estructura del examen pueden variar.



Universidad
de Navarra

HORARIOS DE ATENCIÓN

eregueras@axispharma.com

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Material teórico: notas técnicas, libro y materiales PDF preparados por el profesor, así como bibliografía adicional de soporte.