



UNIVERSIDAD
POLITÉCNICA
DE MADRID

PROCESO DE
COORDINACIÓN DE LAS
ENSEÑANZAS PR/CL/001



Etsi Agronómica, Aliment. y
Biosistemas

ANX-PR/CL/001-01

GUÍA DE APRENDIZAJE

ASIGNATURA

205000187 - Marketing Y Gestión De Ventas

PLAN DE ESTUDIOS

20IA - Grado En Ingeniería Alimentaria

CURSO ACADÉMICO Y SEMESTRE

2025/26 - Segundo semestre

Índice

Guía de Aprendizaje

1. Datos descriptivos.....	1
2. Profesorado.....	1
3. Competencias y resultados de aprendizaje.....	2
4. Descripción de la asignatura y temario.....	2
5. Cronograma.....	4
6. Actividades y criterios de evaluación.....	6
7. Recursos didácticos.....	8
8. Otra información.....	8

1. Datos descriptivos

1.1. Datos de la asignatura

Nombre de la asignatura	205000187 - Marketing y Gestión de Ventas
No de créditos	4 ECTS
Carácter	Optativa
Curso	Cuarto curso
Semestre	Octavo semestre
Período de impartición	Febrero-Junio
Idioma de impartición	Castellano
Titulación	20IA - Grado en Ingeniería Alimentaria
Centro responsable de la titulación	20 - Etsi Agronómica, Aliment. Y Biosistemas
Curso académico	2025-26

2. Profesorado

2.1. Profesorado implicado en la docencia

Nombre	Despacho	Correo electrónico	Horario de tutorías *
Teresa Briz De Felipe (Coordinador/a)	Economía 2ª p	teresa.briz@upm.es	X - 09:30 - 11:30 X - 14:30 - 16:30 V - 09:30 - 11:30

* Las horas de tutoría son orientativas y pueden sufrir modificaciones. Se deberá confirmar los horarios de tutorías con el profesorado.

3. Competencias y resultados de aprendizaje

3.1. Competencias

CT06 - Organización y planificación: capacidad de establecer los objetivos de un trabajo o proyecto de ingeniería y programar las actividades necesarias para su consecución, determinando sus fases y tiempo de ejecución, así como los recursos necesarios para alcanzar el objetivo fijado. (EUR-ACE: Sub RA 4.2, Sub RA 5.4, Sub RA 5.5, Sub RA 7.1, Sub RA 7.2)

CT08 - Trabajo en equipo y habilidades en las relaciones interpersonales: capacidad para trabajar en un contexto internacional, integrándose en equipos multidisciplinares y multiculturales. (EUR-ACE: Sub RA 5.5)

3.2. Resultados del aprendizaje

RA373 - Sub RA 1.3. Ser conscientes del contexto multidisciplinar de la ingeniería.

RA374 - Sub RA 5.6. Ideas generales sobre cuestiones económicas, de organización y de gestión (como gestión de proyectos, gestión del riesgo y del cambio) en el contexto industrial y de empresa

4. Descripción de la asignatura y temario

4.1. Descripción de la asignatura

Esta asignatura es una introducción a las ideas principales del marketing agroalimentario, se pretende que el alumno se familiarice con el lenguaje, los conceptos, las herramientas y la lógica del marketing como actividad empresarial.

Se exponen diferentes enfoques, herramientas y técnicas para poder desarrollar con eficacia la política de marketing dentro del mundo empresarial, específicamente en lo relativo a los productos agroalimentarios.

La parte teórica se complementa con ejemplos prácticos de la materia desarrollada

4.2. Temario de la asignatura

1. Introducción al marketing
2. Marketing mix I: Producto
3. Marketing mix II: Precio
4. Marketing mix III: Distribución
5. Marketing mix IV: Promoción
6. Segmentación y posicionamiento

5. Cronograma

5.1. Cronograma de la asignatura *

Sem	Actividad tipo 1	Actividad tipo 2	Tele-enseñanza	Actividades de evaluación
1	Tema 1 Duración: 03:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			
2	Tema 2 Duración: 03:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			
3	Tema 2 Duración: 03:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			
4	Tema 3 Duración: 03:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			
5	Tema 3 Duración: 03:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			
6	Tema 3 y 4 Duración: 02:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			Presentación ideas Trabajo PI: Técnica del tipo Presentación Individual Evaluación Progresiva Presencial Duración: 02:00
7	Tema 4 Duración: 03:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			Prueba Temas 1, 2 y 3 EX: Técnica del tipo Examen Escrito Evaluación Progresiva Presencial Duración: 02:00
8	Tema 5 Duración: 02:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral Trabajo en grupo Duración: 01:00 AC: Actividad del tipo Acciones Cooperativas			
9	Tema 5 Duración: 03:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			
10	Tema 6 Duración: 03:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			
11	Tema 6: actividad práctica Duración: 02:00 AC: Actividad del tipo Acciones Cooperativas			

12	Tema 6 Duración: 03:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			
13	Tema 6 Duración: 03:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			
14	Trabajos grupo Duración: 03:00 AC: Actividad del tipo Acciones Cooperativas			
15	Trabajos grupo Duración: 03:00 AC: Actividad del tipo Acciones Cooperativas			
16				<p>Presentación de trabajo PG: Técnica del tipo Presentación en Grupo Evaluación Progresiva Presencial Duración: 03:00</p> <p>Participación activa en la asignatura OT: Otras técnicas evaluativas Evaluación Progresiva Presencial Duración: 00:00</p>
17				<p>Prueba global EX: Técnica del tipo Examen Escrito Evaluación Global Presencial Duración: 00:00</p> <p>Prueba temas 4, 5, 6 EX: Técnica del tipo Examen Escrito Evaluación Progresiva Presencial Duración: 02:00</p> <p>Trabajo de curso individual TI: Técnica del tipo Trabajo Individual Evaluación Global Presencial Duración: 03:00</p>

Para el cálculo de los valores totales, se estima que por cada crédito ECTS el alumno dedicará dependiendo del plan de estudios, entre 26 y 27 horas de trabajo presencial y no presencial.

6. Actividades y criterios de evaluación

6.1. Actividades de evaluación de la asignatura

6.1.1. Evaluación (progresiva)

Sem.	Descripción	Modalidad	Tipo	Duración	Peso en la nota	Nota mínima	Competencias evaluadas
6	Presentación ideas Trabajo	PI: Técnica del tipo Presentación Individual	Presencial	02:00	10%	5 / 10	CT06
7	Prueba Temas 1, 2 y 3	EX: Técnica del tipo Examen Escrito	Presencial	02:00	30%	5 / 10	CT06
16	Presentación de trabajo	PG: Técnica del tipo Presentación en Grupo	Presencial	03:00	25%	5 / 10	CT08
16	Participación activa en la asignatura	OT: Otras técnicas evaluativas	Presencial	00:00	5%	5 / 10	
17	Prueba temas 4, 5, 6	EX: Técnica del tipo Examen Escrito	Presencial	02:00	30%	5 / 10	CT06

6.1.2. Prueba evaluación global

Sem	Descripción	Modalidad	Tipo	Duración	Peso en la nota	Nota mínima	Competencias evaluadas
17	Prueba global	EX: Técnica del tipo Examen Escrito	Presencial	00:00	60%	5 / 10	CT06 CT08
17	Trabajo de curso individual	TI: Técnica del tipo Trabajo Individual	Presencial	03:00	40%	5 / 10	

6.1.3. Evaluación convocatoria extraordinaria

Descripción	Modalidad	Tipo	Duración	Peso en la nota	Nota mínima	Competencias evaluadas
Examen final	EX: Técnica del tipo Examen Escrito	Presencial	02:00	75%	5 / 10	CT06
Trabajo de curso	TI: Técnica del tipo Trabajo Individual	Presencial	00:00	25%	5 / 10	CT06 CT08

6.2. Criterios de evaluación

Los alumnos cursarán la asignatura realizando las pruebas y evaluación de forma progresiva. Ésta consiste en la asistencia regular a las clases y participación en las mismas.

Asimismo, los alumnos han de realizar un trabajo individual, un trabajo de grupo y presentar ambos al resto de compañeros. Ambos trabajos son imprescindibles para aprobar la asignatura. Se facilitará un guión con los requisitos de los trabajos con suficiente antelación y los alumnos conocerán las fechas de la presentación.

Se realizará una prueba de evaluación (PEP) de los temas 1-3, posiblemente en la semana 7. El contenido será liberatorio para la prueba global en el caso en que la nota de la PEP sea igual o superior a 5.

Aquellos alumnos que no liberen materia, se examinarán de todo el contenido de la asignatura en la prueba de evaluación global. Los alumnos que sí hayan superado la PEP, solamente deberán examinarse de los temas 4-7.

7. Recursos didácticos

7.1. Recursos didácticos de la asignatura

Nombre	Tipo	Observaciones
Kotler, Armstrong (2016)	Bibliografía	Principios de Marketing
Plataforma Moodle	Recursos web	

8. Otra información

8.1. Otra información sobre la asignatura

La Comisión de Calidad del Centro en su reunión de 29 de mayo de 2023 acordó aprobar la propuesta de reasignación de competencias transversales en las asignaturas de los Grados en Biotecnología, Ingeniería Alimentaria, Ingeniería Agrícola, Ingeniería Agroambiental, Ciencias Agrarias y Bioeconomía, y en el Máster Universitario en Ingeniería Agronómica.

En virtud de dicho acuerdo esta asignatura ha sido designada como Asignatura NO Punto Control*. Esto significa que si bien puede seguir trabajando una o varias competencias transversales que se abordan en distintos puntos y aspectos de la asignatura, dicha formación y evaluación no será objeto de recopilación de evidencias por los sistemas de acreditación de la calidad del Centro.

*Asignatura punto control (APC): aquella asignatura en la que se verificará la formación y evaluación de la competencia transversal que le corresponda.

La asignatura de Marketing y Gestión de Ventas se relaciona con el ODS12: Producción y consumo responsable.