

ANX-PR/CL/001-01
GUÍA DE APRENDIZAJE

ASIGNATURA

Calidad y marketing de productos ganaderos

CURSO ACADÉMICO - SEMESTRE

2016-17 - Primer semestre

Datos Descriptivos

Nombre de la Asignatura	Calidad y marketing de productos ganaderos
Titulación	02AO - Master Universitario en Producción y Sanidad Animal
Centro responsable de la titulación	Escuela Técnica Superior de Ingenieros Agrónomos
Semestre/s de impartición	Primer semestre
Carácter	Obligatoria
Código UPM	23000455
Nombre en inglés	Quality and marketing of livestock products

Datos Generales

Créditos	1.5	Curso	1
Curso Académico	2016-17	Período de impartición	Septiembre-Enero
Idioma de impartición	Castellano	Otros idiomas de impartición	

Requisitos Previos Obligatorios

Asignaturas Previas Requeridas

El plan de estudios Master Universitario en Producción y Sanidad Animal no tiene definidas asignaturas previas superadas para esta asignatura.

Otros Requisitos

El plan de estudios Master Universitario en Producción y Sanidad Animal no tiene definidos otros requisitos para esta asignatura.

Conocimientos Previos

Asignaturas Previas Recomendadas

El coordinador de la asignatura no ha definido asignaturas previas recomendadas.

Otros Conocimientos Previos Recomendados

El coordinador de la asignatura no ha definido otros conocimientos previos recomendados.

Competencias

CE14 - Aplicar conocimientos avanzados acerca de la gestión más adecuada en el ámbito de la calidad y del marketing, en el marco de la producción animal y de la sanidad animal, con el objetivo de buscar la optimización en las empresas pecuarias

CE15 - Conocer la metodología de investigación a aplicar en el campo del marketing en los ámbitos de la producción animal y de la sanidad animal

CE16 - Adquirir conocimientos adecuados para poder plantear soluciones y resolver problemáticas inherentes al sector ganadero en lo que se refiere a la calidad y al marketing de los productos ganaderos

CE17 - Evaluar adecuadamente el efecto del marketing sobre la imagen de los productos ganaderos y la valoración de la su calidad.

CE18 - Conocer los factores que influyen en el consumidor en su valoración de la calidad de los productos agropecuarios y los criterios en que fundamenta su estimación.

CE19 - Saber aplicar las estrategias de marketing para mejorar la comercialización y la venta de los productos ganaderos

CE7 - Plantear y desarrollar un trabajo de investigación

CE9 - Saber utilizar las herramientas y técnicas bioinformáticas más actuales a la investigación en producción animal y en sanidad animal.

Resultados de Aprendizaje

RA104 - Conocer las principales estrategias de marketing aplicadas a los productos ganaderos.

RA106 - Aplicar las herramientas, los métodos y los conocimientos adquiridos, a situaciones y problemas concretos en los ámbitos de la calidad y del marketing de productos ganaderos

RA81 - Conocer las necesidades y tendencias de consumo futuras de productos ganaderos, así como los posibles mecanismos de adaptación de la Producción Animal para satisfacerlas

RA105 - Ampliar y aprender, de forma autónoma e interdisciplinar, conceptos avanzados y nuevos conceptos, además de métodos, relacionados con la calidad y el marketing de productos ganaderos.

Profesorado

Profesorado

Nombre	Despacho	e-mail	Tutorías
Buxade Carbo, Carlos Isidro (Coordinador/a)	ETSIAAB, C Pr.	carlos.buxade@upm.es	L - 08:30 - 10:30 X - 08:30 - 10:30 V - 08:30 - 10:30

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

Profesorado Externo

Nombre	e-mail	Centro de procedencia
Velasco Villar, Susana	susana.velasco@vet.ucm.es	Fac. Veterinaria-UCM

Descripción de la Asignatura

- ü Concepto de marketing en el ámbito pecuario.
- ü El plan de marketing
- ü Estrategias de marketing mix.
- ü Concepto de calidad y su importancia.
- Factores que influyen en la calidad

Temario

1. UT1. BASES CONCEPTUALES

1.1. Tema 1. Calidad y sus clases

- 1.1.1. 1.1. El concepto global de la calidad y su aplicación práctica a los productos ganaderos
- 1.1.2. 1.2. Las distintas calidades que afectan a los productos ganaderos

1.2. Tema 2. El marketing: su aplicación

- 1.2.1. 2.1. El concepto del marketing en el siglo XXI.
- 1.2.2. 2.2. El marketing y su aplicación en el caso de los productos ganaderos: el peso de la subjetividad

2. UT2. LA CALIDAD, EL MARKETING Y LOS PRODUCTOS PECUARIOS

2.1. Tema 3. la calidad y los productos pecuarios

- 2.1.1. 3.1. La calidad de la leche y de los productos lácteos
- 2.1.2. 3.2. La calidad de la carne y de los productos cárnicos
- 2.1.3. 3.3. La calidad de los huevos para consumo y de los ovoproductos

2.2. Tema 4. El marketing y los productos pecuarios

- 2.2.1. 4.1. El marketing aplicado a la leche y a los productos lácteos
- 2.2.2. 4.2. El marketing aplicado a la carne y a los productos cárnicos
- 2.2.3. 4.3. El marketing aplicado a los huevos y a los ovoproductos

3. UT3. CONCLUSIÓN

3.1. Tema 5. Conclusiones prácticas

- 3.1.1. 5.1. Conclusiones prácticas acerca del binomio "calidad-marketing" en los productos ganaderos

Cronograma

Horas totales: 21 horas

Horas presenciales: 17 horas (43.6%)

Peso total de actividades de evaluación continua:
100%

Peso total de actividades de evaluación sólo prueba final:
100%

Semana	Actividad Presencial en Aula	Actividad Presencial en Laboratorio	Otra Actividad Presencial	Actividades Evaluación
Semana 1	Tema 1 Duración: 03:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			Ejercicios Duración: 01:00 EP: Técnica del tipo Examen de Prácticas Evaluación continua Actividad no presencial
Semana 2	Tema 2 Duración: 03:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			Ejercicios Duración: 01:00 EP: Técnica del tipo Examen de Prácticas Evaluación continua Actividad no presencial
Semana 3	Tema 3 Duración: 03:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			Ejercicios Duración: 01:00 EP: Técnica del tipo Examen de Prácticas Evaluación continua Actividad no presencial
Semana 4	Tema 3 Duración: 01:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral Tema 4 Duración: 02:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			Ejercicios Duración: 01:00 EP: Técnica del tipo Examen de Prácticas Evaluación continua Actividad no presencial
Semana 5	Tema 4 Duración: 02:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral Tema 5 Duración: 01:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			
Semana 6				Examen Parcial Marketing Duración: 02:00 EX: Técnica del tipo Examen Escrito Evaluación continua Actividad presencial
Semana 7				
Semana 8				EXAMEN FINAL Duración: 03:00 EX: Técnica del tipo Examen Escrito Evaluación sólo prueba final Actividad no presencial
Semana 9				
Semana 10				
Semana 11				

Semana 12				
Semana 13				
Semana 14				
Semana 15				
Semana 16				
Semana 17				

Nota.- El cronograma sigue una planificación teórica de la asignatura que puede sufrir modificaciones durante el curso.

Nota 2.- Para poder calcular correctamente la dedicación de un alumno, la duración de las actividades que se repiten en el tiempo (por ejemplo, subgrupos de prácticas") únicamente se indican la primera vez que se definen.

Actividades de Evaluación

Semana	Descripción	Duración	Tipo evaluación	Técnica evaluativa	Presencial	Peso	Nota mínima	Competencias evaluadas
1	Ejercicios	01:00	Evaluación continua	EP: Técnica del tipo Examen de Prácticas	No	12.5%	5 / 10	CE17, CE18, CE19, CE16
2	Ejercicios	01:00	Evaluación continua	EP: Técnica del tipo Examen de Prácticas	No	12.5%	5 / 10	CE17, CE18, CE19, CE16
3	Ejercicios	01:00	Evaluación continua	EP: Técnica del tipo Examen de Prácticas	No	12.5%	5 / 10	CE17, CE18, CE19, CE16
4	Ejercicios	01:00	Evaluación continua	EP: Técnica del tipo Examen de Prácticas	No	12.5%	5 / 10	
6	Examen Parcial Marketing	02:00	Evaluación continua	EX: Técnica del tipo Examen Escrito	Sí	50%	5 / 10	CE17, CE14, CE15
8	EXAMEN FINAL	03:00	Evaluación sólo prueba final	EX: Técnica del tipo Examen Escrito	No	100%	5 / 10	CE17, CE14, CE18, CE19, CE15, CE16

Criterios de Evaluación

La asignatura se podrá superar mediante evaluación continua mediante la realización de los ejercicios propuestos y la superación del examen parcial.

En caso de no superar la evaluación continua, el alumno tendrá que presentarse al Examen Final

Recursos Didácticos

Descripción	Tipo	Observaciones
Calidad y Marketing de los productos ganaderos	Bibliografía	