



POLITÉCNICA

CAMPUS  
DE EXCELENCIA  
INTERNACIONAL

PROCESO DE  
COORDINACIÓN DE LAS  
ENSEÑANZAS PR/CL/001



E.T.S. de Ingeniería  
Agronómica, Alimentaria y de  
Biosistemas

# ANX-PR/CL/001-01

## GUÍA DE APRENDIZAJE

### ASIGNATURA

**23000455 - Calidad y marketing de productos ganaderos**

### PLAN DE ESTUDIOS

02AO - Master Universitario en Produccion y Sanidad Animal

### CURSO ACADÉMICO Y SEMESTRE

2017-18 - Primer 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 .....	3
5. Cronograma .....	5
6. Actividades y criterios de evaluación .....	7
7. Recursos didácticos .....	8

## 1. Datos descriptivos

---

### 1.1 Datos de la asignatura

<b>Nombre de la Asignatura</b>	23000455 - Calidad y marketing de productos ganaderos
<b>Nº de Créditos</b>	1.5 ECTS
<b>Carácter</b>	Quality and marketing of livestock products
<b>Curso</b>	Primer curso
<b>Semestre</b>	Primer semestre
<b>Período de impartición</b>	Septiembre-Enero
<b>Idioma de impartición</b>	Castellano
<b>Titulación</b>	02AO - Master Universitario en Produccion y Sanidad Animal
<b>Centro en el que se imparte</b>	E.T.S. de Ingeniería Agronomica, Alimentaria y de Biosistemas
<b>Curso Académico</b>	2017-18

## 2. Profesorado

---

### 2.1 Profesorado implicado en la docencia

<b>Nombre</b>	<b>Despacho</b>	<b>Correo electrónico</b>	<b>Horario de tutorías*</b>
Nuria Nicodemus Martin (Coordinador/a)		nuria.nicodemus@upm.es	- -

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

## 2.3 Profesorado Externo

Nombre	Correo electrónico	Centro de procedencia
Susana Velasco Villar	susana.velasco@vet.ucm.es	Fac. Veterinaria-UCM

## 3. Competencias y resultados de aprendizaje

---

### 3.1 Competencias que adquiere el estudiante al cursar la asignatura

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.

## 3.2 Resultados del aprendizaje al cursar la asignatura

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.

## 4. Descripción de la asignatura y temario

---

### 4.1 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

## 4.2 Temario de la asignatura

### 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

## 5. Cronograma

### 5.1 Cronograma de la asignatura\*

Semana	Actividad Presencial en Aula	Actividad Presencial en Laboratorio	Otra Actividad Presencial	Actividades de Evaluación
1	<b>Tema 1</b> Duración: 03:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			<b>Ejercicios</b> EP: Técnica del tipo Examen de Prácticas Evaluación continua Duración: 01:00
2	<b>Tema 2</b> Duración: 03:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			<b>Ejercicios</b> EP: Técnica del tipo Examen de Prácticas Evaluación continua Duración: 01:00
3	<b>Tema 3</b> Duración: 03:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			<b>Ejercicios</b> EP: Técnica del tipo Examen de Prácticas Evaluación continua Duración: 01:00
4	<b>Tema 3</b> Duración: 01:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral  <b>Tema 4</b> Duración: 02:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			<b>Ejercicios</b> EP: Técnica del tipo Examen de Prácticas Evaluación continua Duración: 01:00
5	<b>Tema 4</b> Duración: 02:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral  <b>Tema 5</b> Duración: 01:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			
6				<b>Examen Parcial Marketing</b> EX: Técnica del tipo Examen Escrito Evaluación continua Duración: 02:00
7				
8				<b>EXAMEN FINAL</b> EX: Técnica del tipo Examen Escrito Evaluación sólo prueba final Duración: 03:00
9				
10				
11				
12				
13				

14				
15				
16				
17				

\* El cronograma sigue una planificación teórica de la asignatura y puede sufrir modificaciones durante el curso.

## 6. Actividades y criterios de evaluación

### 6.1 Actividades de evaluación de la asignatura

#### 6.1.1 Evaluación continua

Sem.	Descripción	Modalidad	Tipo	Duración	Peso en la nota	Nota mínima	Competencias evaluadas
1	Ejercicios	EP: Técnica del tipo Examen de Prácticas	No Presencial	01:00	12.5%	5 / 10	CE17 CE18 CE19 CE16
2	Ejercicios	EP: Técnica del tipo Examen de Prácticas	No Presencial	01:00	12.5%	5 / 10	CE17 CE18 CE19 CE16
3	Ejercicios	EP: Técnica del tipo Examen de Prácticas	No Presencial	01:00	12.5%	5 / 10	CE17 CE18 CE19 CE16
4	Ejercicios	EP: Técnica del tipo Examen de Prácticas	No Presencial	01:00	12.5%	5 / 10	
6	Examen Parcial Marketing	EX: Técnica del tipo Examen Escrito	Presencial	02:00	50%	5 / 10	CE17 CE14 CE15

#### 6.1.2 Evaluación sólo prueba final

Sem.	Descripción	Modalidad	Tipo	Duración	Peso en la nota	Nota mínima	Competencias evaluadas
8	EXAMEN FINAL	EX: Técnica del tipo Examen Escrito	No Presencial	03:00	100%	5 / 10	CE17 CE14 CE18 CE19 CE15 CE16

#### 6.1.3 Evaluación convocatoria extraordinaria

No se ha definido la evaluación extraordinaria.

## 6.2 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

## 7. Recursos didácticos

---

### 7.1 Recursos didácticos de la asignatura

Nombre	Tipo	Observaciones
Calidad y Marketing de los productos ganaderos	Bibliografía	