



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

203000069 - Calidad y marketing de productos ganaderos

PLAN DE ESTUDIOS

20AC - Master Universitario En Produccion Y Sanidad Animal

CURSO ACADÉMICO Y SEMESTRE

2018/19 - 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

Nombre de la asignatura	203000069 - Calidad y marketing de productos ganaderos
No de créditos	1.5 ECTS
Carácter	Obligatoria
Curso	Primer curso
Semestre	Primer semestre
Período de impartición	Septiembre-Enero
Idioma de impartición	Castellano
Titulación	20AC - Master universitario en producción y sanidad animal
Centro responsable de la titulación	20 - E.T.S. de Ingeniería Agronómica, Alimentaria y de Biosistemas
Curso académico	2018-19

2. Profesorado

2.1. Profesorado implicado en la docencia

Nombre	Despacho	Correo electrónico	Horario de tutorías *
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	Facultad Veterinaria-UCM

3. Competencias y resultados de aprendizaje

3.1. Competencias

CE07 - Plantear y desarrollar un trabajo de investigación.

CE09 - Saber utilizar las herramientas y técnicas bioinformáticas más actuales a la investigación en producción animal y en sanidad animal.

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.

3.2. Resultados del aprendizaje

RA26 - 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

RA28 - 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

RA27 - 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

RA25 - RA104 - Conocer las principales estrategias de marketing aplicadas a los productos ganaderos

4. Descripción de la asignatura y temario

4.1. Descripción de la asignatura

- Concepto de marketing en el ámbito pecuario.

- El plan de marketing.

- Estrategias de marketing mix.

- 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 *

Sem	Actividad presencial en aula	Actividad presencial en laboratorio	Otra actividad presencial	Actividades de evaluación
1	Tema 1 Duración: 02:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral Tema 2 Duración: 01:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			Examen evaluación continua EX: Técnica del tipo Examen Escrito Evaluación continua Duración: 01:00
2	Tema 2 Duración: 02:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral Tema 4 Duración: 01:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			
3	Tema 4 Duración: 03:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			
4	Tema 1 Duración: 01:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral Tema 3 Duración: 02:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			Examen evaluación continua EX: Técnica del tipo Examen Escrito Evaluación continua Duración: 01:00
5	Tema 3 Duración: 02:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral Tema 5 Duración: 01:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			Examen evaluación continua EX: Técnica del tipo Examen Escrito Evaluación continua Duración: 01:00
6				
7				
8				
9			Visita a la fábrica de hamburguesas Duración: 05:00 OT: Otras actividades formativas	
10				
11				
12				

13				
14				
15				
16				
17				Examen final EX: Técnica del tipo Examen Escrito Evaluación sólo prueba final Duración: 01:00

Las horas de actividades formativas no presenciales son aquellas que el estudiante debe dedicar al estudio o al trabajo personal.

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.

* 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	Examen evaluación continua	EX: Técnica del tipo Examen Escrito	Presencial	01:00	33%	5 / 10	CE07 CE09 CE14 CE15 CE16 CE17 CE18 CE19
4	Examen evaluación continua	EX: Técnica del tipo Examen Escrito	Presencial	01:00	33%	5 / 10	CE07 CE09 CE14 CE15 CE16 CE17 CE18 CE19
5	Examen evaluación continua	EX: Técnica del tipo Examen Escrito	Presencial	01:00	34%	5 / 10	CE07 CE09 CE14 CE15 CE16 CE17 CE18 CE19

6.1.2. Evaluación sólo prueba final

Sem	Descripción	Modalidad	Tipo	Duración	Peso en la nota	Nota mínima	Competencias evaluadas
17	Examen final	EX: Técnica del tipo Examen Escrito	No Presencial	01:00	100%	5 / 10	CE07 CE09 CE14 CE15 CE16 CE17 CE18 CE19

6.1.3. Evaluación convocatoria extraordinaria

No se ha definido la evaluación extraordinaria.

6.2. Criterios de evaluación

La calificación final tendrá en cuenta, de forma proporcional, el examen parcial y la realización de los ejercicios propuestos, las actividades dirigidas y la participación activa en actividades en su caso.

En caso de no superar la evaluación continua o el examen parcial de la asignatura, 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	
Campus virtual	Recursos web	La asignatura está virtualizada. Dispone de la presentación de la asignatura con información de la planificación temporal, la bibliografía específica e información necesaria para realizar las actividades programadas.