



UNIVERSIDAD
POLITÉCNICA
DE MADRID

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

2022/23 - 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.....	9
8. Otra información.....	10

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 Produccion y Sanidad Animal
Centro responsable de la titulación	20 - E.T.S. De Ingeniería Agronomica, Alimentaria Y De Biosistemas
Curso académico	2022-23

2. Profesorado

2.1. Profesorado implicado en la docencia

Nombre	Despacho	Correo electrónico	Horario de tutorías *
Nora Formoso-Rafferty Castilla (Coordinador/a)		nora.formosorafferty@upm.es	Sin horario. Las horas de tutoría son orientativas y pueden sufrir modificaciones. Se deberá confirmar los horarios de tutorías con el profesorado

* 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
Stefanía Pineda González	stefaniapineda@vet.ucm.es	Facultad Veterinaria-UCM
Rosa María Escudero Portugués	rmescude@ucm.es	Facultad Veterinaria-UCM
Beatriz Encinas	beatriz.encinas@upm.es	ETSIAAB
Andrés García Álvarez	andresga@ucm.es	Facultad Veterinaria-UCM
Emilio Pindado Tapia	emilio.pindado@upm.es	ETSIAAB

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 márketing 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 márketing de productos ganaderos

RA25 - RA104 - Conocer las principales estrategias de márketing aplicadas a los 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

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. El concepto global de la calidad y su aplicación práctica a los productos ganaderos

1.1.2. Las distintas calidades que afectan a los productos ganaderos

1.2. Tema 2. El marketing: su aplicación

1.2.1. El concepto del marketing en el siglo XXI

1.2.2. 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. La calidad de la leche y de los productos lácteos

2.1.2. La calidad de la carne y de los productos cárnicos

2.1.3. La calidad de los huevos para consumo y de los ovoproductos

2.2. Tema 4. El marketing y los productos pecuarios

2.2.1. El marketing aplicado a la leche y a los productos lácteos

2.2.2. El marketing aplicado a la carne y a los productos cárnicos

2.2.3. El marketing aplicado a los huevos y a los ovoproductos

3. UT3. CONCLUSIÓN

3.1. Tema 5. Conclusiones prácticas

5. Cronograma

5.1. Cronograma de la asignatura *

Sem	Actividad presencial en aula	Actividad presencial en laboratorio	Tele-enseñanza	Actividades de evaluación
1	Tema 1 Duración: 03:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			Examen evaluación continua TI: Técnica del tipo Trabajo Individual Evaluación continua Presencial Duración: 01:00
2	Tema 2 Duración: 03:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			Examen evaluación continua TI: Técnica del tipo Trabajo Individual Evaluación continua Presencial Duración: 01:00
3	Tema 4 Duración: 03:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			Examen evaluación continua TI: Técnica del tipo Trabajo Individual Evaluación continua Presencial Duración: 01:00
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 TI: Técnica del tipo Trabajo Individual Evaluación continua Presencial Duración: 01:00
5	Tema 3 Duración: 01:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral Tema 4 Duración: 01:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral Tema 5 Duración: 01:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			Examen evaluación continua TI: Técnica del tipo Trabajo Individual Evaluación continua Presencial 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 Presencial Duración: 01:00

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 derivadas de la situación creada por la COVID-19.

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
1	Examen evaluación continua	TI: Técnica del tipo Trabajo Individual	Presencial	01:00	20%	5 / 10	CE17 CE09 CE19 CE14 CE15 CE18 CE07 CE16
2	Examen evaluación continua	TI: Técnica del tipo Trabajo Individual	Presencial	01:00	20%	5 / 10	CE17 CE09 CE19 CE14 CE15 CE18 CE07 CE16
3	Examen evaluación continua	TI: Técnica del tipo Trabajo Individual	Presencial	01:00	20%	5 / 10	CE17 CE19 CE14 CE15 CE18 CE07 CE16
4	Examen evaluación continua	TI: Técnica del tipo Trabajo Individual	Presencial	01:00	20%	5 / 10	CE17 CE09 CE19 CE14 CE15 CE18 CE07 CE16
5	Examen evaluación continua	TI: Técnica del tipo Trabajo Individual	Presencial	01:00	20%	5 / 10	CE17 CE09 CE19 CE14 CE15 CE18 CE07 CE16

6.1.2. Prueba evaluación global

Sem	Descripción	Modalidad	Tipo	Duración	Peso en la nota	Nota mínima	Competencias evaluadas
17	Examen final	EX: Técnica del tipo Examen Escrito	Presencial	01:00	100%	5 / 10	CE17 CE09 CE19 CE14 CE15 CE18 CE07 CE16

6.1.3. Evaluación convocatoria extraordinaria

Descripción	Modalidad	Tipo	Duración	Peso en la nota	Nota mínima	Competencias evaluadas
Evaluación extraordinaria	EX: Técnica del tipo Examen Escrito	Presencial	02:00	100%	5 / 10	CE17 CE09 CE19 CE14 CE15 CE18 CE07 CE16

6.2. Criterios de evaluación

La calificación final tendrá en cuenta, de forma proporcional, 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	
Plataforma virtual	Otros	Se utilizará una plataforma virtual para visualizar los contenidos así como herramientas tecnológicas que faciliten el aprendizaje (tutoriales, autocuestionarios, etc).
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.

8. Otra información

8.1. Otra información sobre la asignatura

El Máster en Producción y Sanidad Animal es un Máster Interuniversitario en el que participan la UPM y la UCM. La profesora coordinadora de esta asignatura es Rosa María Escudero, profesora de la Facultad de Veterinaria de la Universidad Complutense de Madrid.

La docencia de esta asignatura será presencial, a no ser que por restricciones sanitarias se tuviera que impartir online.