



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 Producción y Sanidad Animal

CURSO ACADÉMICO Y SEMESTRE

2020/21 - 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
9. Adendas.....	11

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	2020-21

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
Carlos Buxadé Carbó	cbuxade@carlosbuxade.com	Externo

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

RA25 - RA104 - Conocer las principales estrategias de marketing 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. 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	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 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 continua

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 CE09 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

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	
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 Susana Velasco, 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.

9. Adendas

- La docencia de esta asignatura será presencial a no ser, que por la situación sanitaria se tenga que impartir de forma telemática