UNIVERSIDAD DE CASTILLA - LA MANCHA

GUÍA DOCENTE

1. DATOS GENERALES

Asignatura:	MARKETING AGROALIMENTARIO	**Código:**	310676
Tipología:	OBLIGATORIA	**Créditos ECTS:**	6
Grado:	2331 - MÁSTER UNIVERSITARIO EN INGENIERÍA AGRONÓMICA	**Curso académico:**	2019-20
Centro:	601 - ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR DE INGENIERÍA AGRONÓMICA Y DE MONTES Y BIOTECNOLOG	**Grupo(s):**	10
Curso:	2	**Duración:**	Primer cuatrimestre
Lengua principal de impartición:	Español	**Segunda lengua:**	
Uso docente de otras lenguas:		**English Friendly:**	N
Página web:	https://previa.uclm.es/ab/etsiam/	**Bilingüe:**	N

Profesor: **ADRIAN RABADAN GUERRA** - Grupo(s): **10**

Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
E.T.S. de Ingeniería Agronómica y de Montes y Biotecnología/Planta baja.	PROD. VEGETAL Y TGIA. AGRARIA	926052877	adrian.rabadan@uclm.es	Lunes, de 9h a 12h, y jueves, de 10h a 13h

2. REQUISITOS PREVIOS

Requisitos previos de acceso al Máster.

3. JUSTIFICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS, RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS Y CON LA PROFESIÓN

La justificación en el plan de estudios se encuentra recogida en la Orden CIN/325/2009 de 9 de febrero (BOE de 19 de febrero de 2009).

La existencia de esta asignatura en el segundo curso del Máster Universitario en Ingeniería Agronómica viene a profundizar en distintas materias de gestión comercial y de marketing, complementa lo aprendido en la asignatura ECONOMÍA Y COMERCIALIZACIÓN de tercer curso de las enseñanzas de Grado Universitario en donde se iniciaba a los alumnos, en una primera toma de contacto, con los aspectos básicos de la gestión comercial. Por tanto, corresponde a esta asignatura profundizar fundamentalmente en distintos aspectos de gestión comercial y de marketing en la empresa agroalimentaria, como elementos clave de la realidad empresarial actual.

4. COMPETENCIAS DE LA TITULACIÓN QUE LA ASIGNATURA CONTRIBUYE A ALCANZAR

Competencias propias de la asignatura

Código	Descripción
A01	Capacidad para planificar, organizar, dirigir y controlar los sistemas y procesos productivos desarrollados en el sector agrario y la industria agroalimentaria, en un marco que garantice la competitividad de las empresas sin olvidar la protección y conservación del medio ambiente y la mejora y desarrollo sostenible del medio rural.
A03	Capacidad para proponer, dirigir y realizar proyectos de investigación, desarrollo e innovación en productos, procesos y métodos empleados en las empresas y organizaciones vinculadas al sector agroalimentario.
A04	Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos para la solución de problemas planteados en situaciones nuevas, analizando la información proveniente del entorno y sintetizándola de forma eficiente para facilitar el proceso de toma de decisiones en empresas y organizaciones profesionales del sector agroalimentario.
A05	Capacidad para transmitir sus conocimientos y las conclusiones de sus estudios o informes, utilizando los medios que la tecnología de comunicaciones permita y teniendo en cuenta los conocimientos del público receptor.
A06	Capacidad para dirigir o supervisar equipos multidisciplinares y multiculturales, para integrar conocimientos en procesos de decisión complejos, con información limitada, asumiendo la responsabilidad social, ética y ambiental de su actividad profesional en sintonía con el entorno socioeconómico y natural en la que actúa.
A07	Aptitud para desarrollar las habilidades necesarias para continuar el aprendizaje de forma autónoma o dirigida, incorporando a su actividad profesional los nuevos conceptos, procesos o métodos derivados de la investigación, el desarrollo y la innovación.
B17	Conocimientos adecuados y capacidad para desarrollar y aplicar tecnología propia en los lenguajes y técnicas propias de la organización y dirección de la empresa agroalimentaria.
B18	Conocimientos adecuados y capacidad para desarrollar y aplicar tecnología propia en investigación comercial.
B19	Conocimientos adecuados y capacidad para desarrollar y aplicar tecnología propia en marketing y sistemas de comercialización de productos agroalimentarios.
B20	Conocimientos adecuados y capacidad para desarrollar y aplicar tecnología propia en gestión logística en el ámbito del sector.
CB06	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
CB07	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
CB08	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
CB09	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
CB10	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en

gran medida autodirigido o autónomo.

5. OBJETIVOS O RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS

Resultados de aprendizaje propios de la asignatura

No se han establecido.

Resultados adicionales

Profundizar en el marketing agroalimentario
Comprender la estructura organizativa de la logística agroalimentaria, la distribución, el transporte y el almacenaje.

6. TEMARIO

Tema 1: MARKETING AGROALIMENTARIO. INTRODUCCIÓN
Tema 2: SISTEMA AGROALIMENTARIO: MERCADOS Y CONSUMO
Tema 3: INFORMACIÓN E INVESTIGACIÓN COMERCIAL
Tema 4: DISEÑO Y SELECCIÓN DE SEGMENTOS DE MERCADO
Tema 5: DECISIONES DE PRODUCTOS
Tema 6: INNOVACIÓN Y NUEVOS PRODUCTOS
Tema 7: DECISIONES Y ESTRUCTURA DE LA DISTRIBUCIÓN
Tema 8: DISTRIBUCIÓN FÍSICA Y LOGÍSTICA
Tema 9: COMPETITIVIDAD Y PRECIOS
Tema 10: PUBLICIDAD Y GESTIÓN PUBLICITARIA
Tema 11: OTRAS DECISIONES DE COMUNICACIÓN: PROMOCIÓN, RELACIONES PÚBLICAS Y MARKETING DIRECTO
Tema 12: MARKETING MIX
Tema 13: INTERNACIONALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN
Tema 14: MARKETING DE SERVICIOS

COMENTARIOS ADICIONALES SOBRE EL TEMARIO

Contenidos de la memoria MUIA **Marketing agroalimentario**	**Temas de la guía-e**
El sistema agroalimentario	T1 y T2
Información comercial. Investigaciones de mercado. Previsión comercial	T3
Segmentaciones de mercados	T4 y T13
Planificación comercial. Marketing-mix	T12
Estrategias de productos	T5, T6 y T14
Estrategias de distribución	T7 y T8
Estrategias de precios	T9
Estrategias de comunicación	T10 y T11

7. ACTIVIDADES O BLOQUES DE ACTIVIDAD Y METODOLOGÍA

Actividad formativa	Metodología	Competencias relacionadas (para títulos anteriores a RD 822/2021)	ECTS	Horas	Ev	Ob	Rec	Descripción
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL]	Método expositivo/Lección magistral	A01 A03 A04 A05 A06 A07 B18 B19 B20	1	25	S	N	N	Clases teóricas impartidas por el profesor
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL]	Aprendizaje cooperativo/colaborativo	CB06 CB07 CB08 CB09 CB10	1.2	30	S	N	N	Se incluyen, entre otras actividades, exposiciones de trabajos grupales y/o individuales en clase.
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA]	Autoaprendizaje	CB10	3.6	90	N	-	-	Estudio autónomo mínimo del alumno o de preparación de trabajos
Pruebas de progreso [PRESENCIAL]	Pruebas de evaluación	A01 A03 A04 A05 A06 A07 B17 B18 B19 B20 CB06 CB07 CB08 CB09 CB10	0.2	5	S	N	S	Evaluación de los conocimientos adquiridos.
		Total:	**6**	**150**				
Créditos totales de trabajo presencial: 2.4			**Horas totales de trabajo presencial: 60**					
Créditos totales de trabajo autónomo: 3.6			**Horas totales de trabajo autónomo: 90**					

Ev: Actividad formativa evaluable
Ob: Actividad formativa de superación obligatoria
Rec: Actividad formativa recuperable

8. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y VALORACIONES

	Valoraciones		
Sistema de evaluación	**Estudiante presencial**	**Estud. semipres.**	**Descripción**
Pruebas de progreso	70.00%	0.00%	Se evaluarán, mediante la realización de pruebas de progreso escrita, la asimilación de conceptos y procedimientos.
Valoración de la participación con aprovechamiento en clase	20.00%	0.00%	Evaluación continua de la producción realizada de la participación, resolución de ejercicios y/o debates.
Presentación oral de temas	10.00%	0.00%	Se tendrá en cuenta la capacidad de aplicación de técnicas, procedimientos, protocolos y resolución de problemas. Para ello, se realizarán trabajos y exposiciones en clase. De igual forma, se valorará la capacidad de desarrollo metodológico.
Total:	**100.00%**	**0.00%**	

Criterios de evaluación de la convocatoria ordinaria:

1º. La no asistencia a clase NO penaliza la nota final.

2º. La calificación máxima del examen de la convocatoria ordinaria supone el 70% de la nota final.

3º. Los alumnos que, realicen exposiciones de trabajos, muestren interés y participen en los debates que se generen sobre la realidad empresarial actual, podrán incrementar la calificación hasta el 30% de la nota.

.

Particularidades de la convocatoria extraordinaria:

Igual que en la convocatoria ordinaria. La prueba final de conocimientos en la fecha que fije la Dirección de la ETSIAM.

Particularidades de la convocatoria especial de finalización:

Igual que en la convocatoria ordinaria. La prueba final de conocimientos en la fecha que fije la Dirección de la ETSIAM, sobre el temario de la asignatura del curso académico anterior.

9. SECUENCIA DE TRABAJO, CALENDARIO, HITOS IMPORTANTES E INVERSIÓN TEMPORAL

No asignables a temas

Horas	**Suma horas**
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	11
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	2
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	6
Pruebas de progreso [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	5

Comentarios generales sobre la planificación: La semana 15 se dedicará a repasar y/o ampliar conceptos, resolver dudas y preparar el examen.

Tema 1 (de 14): MARKETING AGROALIMENTARIO. INTRODUCCIÓN

Actividades formativas	**Horas**
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	1
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	2
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	6

Periodo temporal: Semana 1 de 15

Comentario: Desarrollo de contenidos teóricos, exposición en clase y debate

Tema 2 (de 14): SISTEMA AGROALIMENTARIO: MERCADOS Y CONSUMO

Actividades formativas	**Horas**
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	1
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	2
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	6

Periodo temporal: Semana 2 de 15

Comentario: Desarrollo de contenidos teóricos, exposición en clase y debate

Tema 3 (de 14): INFORMACIÓN E INVESTIGACIÓN COMERCIAL

Actividades formativas	**Horas**
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	1
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	2
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	6

Periodo temporal: Semana 3 de 15

Comentario: Desarrollo de contenidos teóricos, exposición en clase y debate

Tema 4 (de 14): DISEÑO Y SELECCIÓN DE SEGMENTOS DE MERCADO

Actividades formativas	**Horas**
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	1
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	2
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	6

Periodo temporal: Semana 4 de 15

Comentario: Desarrollo de contenidos teóricos, exposición en clase y debate

Tema 5 (de 14): DECISIONES DE PRODUCTOS

Actividades formativas	**Horas**
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	1
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	2
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	6

Periodo temporal: Semana 5 de 15

Comentario: Desarrollo de contenidos teóricos, exposición en clase y debate

Tema 6 (de 14): INNOVACIÓN Y NUEVOS PRODUCTOS

Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	1
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	2
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	6
Periodo temporal: Semana 6 de 15	
Comentario: Desarrollo de contenidos teóricos, exposición en clase y debate	

Tema 7 (de 14): DECISIONES Y ESTRUCTURA DE LA DISTRIBUCIÓN

Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	1
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	2
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	6
Periodo temporal: Semana 7 de 15	
Comentario: Desarrollo de contenidos teóricos, exposición en clase y debate	

Tema 8 (de 14): DISTRIBUCIÓN FÍSICA Y LOGÍSTICA

Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	1
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	2
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	6
Periodo temporal: Semana 8 de 15	
Comentario: Desarrollo de contenidos teóricos, exposición en clase y debate	

Tema 9 (de 14): COMPETITIVIDAD Y PRECIOS

Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	1
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	2
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	6
Periodo temporal: Semana 9 de 15	
Comentario: Desarrollo de contenidos teóricos, exposición en clase y debate	

Tema 10 (de 14): PUBLICIDAD Y GESTIÓN PUBLICITARIA

Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	1
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	2
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	6
Periodo temporal: Semana 10 de 15	
Comentario: Desarrollo de contenidos teóricos, exposición en clase y debate	

Tema 11 (de 14): OTRAS DECISIONES DE COMUNICACIÓN: PROMOCIÓN, RELACIONES PÚBLICAS Y MARKETING DIRECTO

Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	1
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	2
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	6
Periodo temporal: Semana 11 de 15	
Comentario: Desarrollo de contenidos teóricos, exposición en clase y debate	

Tema 12 (de 14): MARKETING MIX

Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	1
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	2
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	6
Periodo temporal: Semana 12 de 15	
Comentario: Desarrollo de contenidos teóricos, exposición en clase y debate	

Tema 13 (de 14): INTERNACIONALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN

Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	1
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	2
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	6
Periodo temporal: Semana 13 de 15	
Comentario: Desarrollo de contenidos teóricos, exposición en clase y debate	

Tema 14 (de 14): MARKETING DE SERVICIOS

Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	1
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	2
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	6
Periodo temporal: Semana 14 de 15	

Actividad global

Actividades formativas	Suma horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	25
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	30
Pruebas de progreso [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	5
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	90
Total horas:	150

10. BIBLIOGRAFÍA, RECURSOS

Autor/es	Título/Enlace Web	Editorial	Población	ISBN	Año	Descripción
Grande, Ildefonso y Abascal, Elena	Fundamentos y Técnicas de investigación comercial	ESIC	Madrid	84-7356-288-7	2001	Libro básico para los Temas 3, 4 y 5
Rodríguez, E.; Ribera, L.M.; Olmeda, M.	Gestión comercial de la empresa agroalimentaria	Mundi-Prensa	Madrid	84-7114-295-3	1987	Libro básico para todos los temas
Santesmases Mestre, Miguel	Marketing. Conceptos y estrategias	Pirámide	Madrid	84-368-1398-7	2007	Libro básico para todos los temas
Alonso Sebastián, Ramón	La logística en la empresa agroalimentaria	Mundiprensa	Madrid	84-7114-812-9	1999	Recomendado para preparar el Tema 9