



#### DATOS DE LA ASIGNATURA

**Denominación:** COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS

**Código:** 8677

**Plan de estudios:** MÁSTER UNIVERSITARIO EN AGROALIMENTACIÓN

**Curso:**

**Créditos ECTS:** 5

**Horas de trabajo presencial:** 50

**Porcentaje de presencialidad:** 40%

**Horas de trabajo no presencial:** 75

**Plataforma virtual:**

#### DATOS DEL PROFESORADO

##### Profesorado responsable de la asignatura

**Nombre:** VIOQUE AMOR, MONSERRAT

**Centro:** Facultad de Veterinaria.

**Departamento:** BROMATOLOGÍA Y TECNOLOGÍA DE LOS ALIMENTOS

**Área:** TECNOLOGÍA DE LOS ALIMENTOS

**Ubicación del despacho:** Edificio Darwin C1 anexo. Planta primera.

**e-Mail:** bt1viamm@uco.es

**Teléfono:** 957218081

##### Otro profesorado que imparte la asignatura

**Nombre:** ACERO DE LA CRUZ, RAQUEL

**Centro:** Facultad de Ciencias del Trabajo

**Departamento:** ESTADÍSTICA, ECONOMETRÍA, INVESTIGACIÓN OPERATIVA, ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS Y ECONOMÍA APLICADA

**Área:** ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

**e-Mail:** pa2accrr@uco.es

**Teléfono:** 957 21 25 11

**Nombre:** GARCIA MARTINEZ, ANTON RAFAEL

**Centro:** Facultad de Veterinaria.

**Departamento:** PRODUCCIÓN ANIMAL

**Área:** PRODUCCIÓN ANIMAL

**e-Mail:** pa1gamaa@uco.es **Teléfono:** 957 21 87 45

**Nombre:** MORENO ROJAS, RAFAEL

**Centro:** Facultad de Veterinaria

**Departamento:** BROMATOLOGÍA Y TECNOLOGÍA DE LOS ALIMENTOS

**Área:** NUTRICIÓN Y BROMATOLOGÍA

**Ubicación del despacho:** Edificio Darwin C1 anexo. Planta primera

**e-Mail:** bt1moror@uco.es

**Teléfono:** 957212001

**URL web:** <http://rafaelmorenorojas.es>

#### DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

#### REQUISITOS Y RECOMENDACIONES

Requisitos previos establecidos en el plan de estudios

Ninguno.

## Recomendaciones

Ninguna

## OBJETIVOS

Dar a conocer la eficacia de un buen sistema de publicidad y comunicación en las empresas vitivinícolas y agroalimentarias Necesidad de establecer un plan de marketing apropiado con vistas a la comercialización de productos en mercados internacionales Visión de la importancia de la distribución de los productos vitivinícolas y agroalimentarios

## COMPETENCIAS

CB4	Capacidad para la dirección general, dirección técnica y dirección de proyectos de investigación, desarrollo e innovación, en empresas y centros tecnológicos, en el ámbito de la Agroalimentación
CB5	Capacidad para la puesta en marcha, dirección y gestión de procesos de producción y transformación de alimentos
CB6	Que los y las estudiantes hayan demostrado una comprensión sistemática del campo de estudio de la agroalimentación y el dominio de las habilidades y métodos de investigación relacionados con dicho campo.
CE11	Ser capaz realizar el asesoramiento en tareas de publicidad y marketing, así como en las de etiquetaje y presentación de productos alimenticios, siendo conscientes de la importancia de los alimentos con D.O.P. andaluces.
CU1	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.
CU2	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.
CU8	Potenciar los hábitos de búsqueda activa de empleo, así como la capacidad de emprendimiento.

## CONTENIDOS

### 1. Contenidos teóricos

- Eficacia de la comunicación publicitaria
- Introducción al marketing y a la comunicación
- Plan de marketing en los mercados internacionales
- La imagen corporativa
- Análisis de nuestro marketing para afrontar el reto de los mercados en la actualidad
- Comunicación de productos a través de la pintura
- Visita colección museo de etiquetas
- Publicidad del vino y derivados en la literatura
- El turismo enológico y el mercado
- Ejemplos publicitarios en productos vitivinícolas y agroalimentarios
- Publicidad de productos en el cine
- Gestión de la distribución de alimentos
- Nuevas fórmulas de comercialización: Internet
- La distribución de productos vitivinícolas
- Concentración de la distribución agroalimentaria
- El turismo rural

Además de los profesores indicados, en este curso participa como profesor invitado, el Dr. Don José J. Rodríguez

Alcaide, profesor emérito del Departamento de Producción Animal, con una asignación docente de 1 ETCS teóricos.

## 2. Contenidos prácticos

- Viajes a industria agroalimentaria

### METODOLOGÍA

#### Aclaraciones

Aunque la distribución horaria se ha realizado en base a la media histórica de la asignatura, al ser esta una materia de actualización, cualquier novedad agroalimentaria que requiera un tratamiento específico en clase podrá ocasionar que se modifique la asignación horaria indicada en favor de una mejor formación de los estudiantes.

#### Actividades presenciales

Actividad	Total
<i>Actividades de evaluación</i>	1
<i>Conferencia</i>	10
<i>Debates</i>	8
<i>Lección magistral</i>	30
<i>Tutorías</i>	1
<b>Total horas:</b>	50

#### Actividades no presenciales

Actividad	Total
<i>Búsqueda de información</i>	8
<i>Consultas bibliográficas</i>	7
<i>Estudio</i>	60
<b>Total horas:</b>	75

### MATERIAL DE TRABAJO PARA EL ALUMNADO

Dossier de documentación - <http://www3.uco.es/moodle/>

#### Aclaraciones:

Los materiales estarán en la plataforma virtual moodle, disponible para su uso por parte de los alumnos durante el curso.

## EVALUACIÓN

Instrumentos	Porcentaje
Casos y supuestos prácticos	10%
Examen tipo test	60%
Listas de control	10%
Trabajos y proyectos	20%

**Periodo de validez de las calificaciones parciales:** *Todas las calificaciones se mantendrán durante el curso*

### Aclaraciones:

Los porcentajes indicados son orientativos ya que en función de temas emergentes de interés que se traten en clases teóricas, actividades prácticas extra que puedan surgir, viajes, etc. pueden intervenir nuevos elementos en la evaluación que no están previstos y por tanto variar los porcentajes asignados.

## BIBLIOGRAFÍA

### 1. Bibliografía básica:

Alonso, R. y Serrano, A. (2004).- Economía de la Empresa Agroalimentaria. Mundi-Prensa. Madrid

Caldentey, P.; De Haro, T.; Titos, A. y Briz, J. (1994). Marketing agrario. Mundi-Prensa. Madrid

Caldentey, P.; De Haro, T. (2004). Comercialización de productos agrarios. 5ª edición. Coeditado por: Ed. Agrícola Española y Mundi-Prensa. Madrid.

González, E. y Alén, E. (coord.) (2005).- Casos de Dirección de Marketing. Prentice Hill, Madrid.

Kotler, Ph. (2000). Dirección de Marketing. Ed. Prentice-Hall. Madrid.

Lambin, J.J. (1995). Casos prácticos de Marketing. Ed. McGraw-Hill. Madrid.

Mochon, F. (2006). Principios de Economía. Mc Graw Hill. Madrid.

Montero, M.J.; Araque, R.A. y Gutiérrez, B. (2006).- Fundamentos de Marketing. Ejercicios y soluciones. McGraw Hill, Madrid

Munuera, A.L. y Rodríguez, A.I. (2002). Estrategias de Marketing. Teoría y casos. Pirámide. Madrid

Santesmases, M. (1995). Marketing. Conceptos y estrategias. Ed. Pirámide. Madrid

VVaa (2009). 12 Casos de Empresas Agroalimentarias Españolas. Fundación San Telmo, MARM, AECOC y Rabobank. Sevilla.

### 2. Bibliografía complementaria:

Ninguna.

