



GUÍA DOCENTE DEL CURSO COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS

MÓDULO GESTIÓN EMPRESA AGROALIMENTARIA

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

DESARROLLO TEMÁTICO DEL PROGRAMA

- 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

DURACIÓN

Duración 5 créditos.

CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

Se valorará la asistencia a clase y la participación en tutorías. Se realizará un examen escrito de la materia y la realización de un trabajo y exposición del mismo.