



Proyecto docente de la asignatura

Asignatura	Legislación y Marketing		
Materia	Economía		
Módulo	Optativo- profesionalizante		
Titulación	Master en calidad e innovación de alimentos		
Plan		Código	OB4
Periodo de impartición	1C	Tipo/Carácter	optativa
Nivel/Ciclo	master	Curso	Primer año
Créditos ECTS	4		
Lengua en que se imparte	Español		
Profesor/es responsable/s	Beatriz Urbano Almudena Gómez Ramos		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	beaturb@iaf.uva.es almgomez@iaf.uva.es		
Horario de tutorías	http://www.uva.es/opencms/portal/paginas/contenidoDinamico?funcion=D_Tutorias&cod_dpto=042&carpeta=/contenidos/departamentos/ingenieriaAgricolaForestal/		
Departamento	Ingeniería Agrícola y Forestal		



1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

La asignatura trata el Marketing y de manera específica el Marketing Agroalimentario. En esta asignatura, el alumno recibe las herramientas y los instrumentos para la gestión comercial y el Marketing.

Se identifican los intermediarios del canal, las funciones y las técnicas de Marketing que mejoran el flujo de productos desde la producción hasta el consumidor final.

Se establecen las relaciones entre los diferentes eslabones del canal comercial y cómo se puede mejorar el flujo de productos y servicios a través de las estrategias de investigación de mercados y el Marketing.

En la parte de legislación el alumno aprende a manejar a la legislación y a diferenciar el contexto y las competencias del ordenamiento jurídico europeo y español que afecta al sistema alimentario. En las distintas asignatura que el alumno estudia en el master se trabaja con la legislación específica del sector, pero en esta asignatura se trata de dar una visión transversal de la legislación, pues se analiza que aspectos ligados con el procesado, la conservación almacenamiento y transporte son regulados. Los alumnos hacen una acercamiento sectorial viendo como aplican esta legislación a un alimento concreto teniendo en cuenta además sus composición e ingredientes.

1.2 Relación con otras materias

Esta asignatura queda enmarcada dentro de la materia de aspectos nutricionales y socioeconómicos de los alimentos. Esta asignatura debe anteceder a la primera de esta misma materia (Nutrición e Innovación de Alimentos) ya que se trata de una asignatura con competencias relativas a la legislación alimentaria y al diseño del producto acorde con la demanda de los consumidores, pero especialmente con competencias instrumentales relativas a la consulta e interpretación de la normativa de elaboración y su aplicación en la puesta en el mercado.

Asignaturas de diseño y acondicionamiento. La Gestión Comercial y el Marketing son una parte importante en el proceso de producción ya que conocer los eslabones y relaciones que se establecen a través del canal comercial incide positivamente en la optimización de todo el proceso. Se relaciona con todos los procesos de producción y acondicionamiento de los productos ya que las decisiones de Marketing influyen directamente en las decisiones de producción y viceversa.

El bloque de legislación tiene una relación muy directa con las asignaturas especializadas en los distintos sectores alimentarios y los que explican las técnicas de procesado y conservación.

1.3 Prerrequisitos

Ninguno en concreto pero sí es aconsejable conocer los procesos de producción.



2. Competencias

2.1 Generales

G3: Ser capaz de analizar y sintetizar.

G15: Demostrar un razonamiento crítico.

G5: Ser capaz de comunicarse de forma oral y escrita, tanto en foros especializados como para personas no expertas.

2.2 Específicas

- Capacidad de acceso y manejo de la legislación básica del sector agroalimentario español.
- Capacidad de organizar y relacionar la información disponible relativa a la normativa vigente en el sector alimentario.
- Capacidad de identificar las variables de Marketing
- Capacidad de realizar un Plan de Marketing
- Capacidad de identificar las técnicas de diseño del producto.

3. Objetivos

- Objetivo 1: que el alumno conozca y maneje la legislación básica que afecta tanto a la industria agroalimentaria como al sector alimentario español, tanto en el ámbito europeo como en el nacional y autonómico.
- Objetivos 2: que el alumno identifique la normativa básica que afecta a las distintas fases del procesado del alimento hasta su puesta en el mercado tratando aspectos como la normativa relativa a los aditivos e ingredientes de los alimentos o como a la higiene en el proceso o la conservación y transporte de los alimentos.
- Objetivo 3: que el alumnos conozca en profundidad las variables que hay que considerar a la hora de elaborar una estrategia de marketing.
- Objetivo 4: acercar al alumno a las tendencias actuales de consumo en el sector alimentario. En este punto es fundamental conocer el papel que juegan las marcas de calidad que persiguen la diferenciación del producto.



4. Contenidos

TEMA 1. MARKETING

TEMA 2. ESTRATEGIAS DE PRODUCTO

TEMA 3. FIJACIÓN DEL PRECIO

TEMA 4. ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN.

TEMA 5. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

TEMA 6: INTRODUCCIÓN A LAS INSTITUCIONES Y ORDENAMIENTO EN MATERIA DE ALIMENTOS

TEMA 7: ORGANIZACIÓN Y BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN BÁSICA EN MATERIA DE LEGISLACION DE ALIMENTOS

TEMA 9: LEGISLACION DE APLICACIÓN

5. Métodos docentes y principios metodológicos

En el desarrollo de la asignatura se incluirá tanto la explicación de los contenidos teóricos, mediante el apoyo de material escrito que se pondrá a disposición de los alumnos en los servicios de reprografía y en la página web de la UVA, como la realización de ejercicios y cuestiones prácticas que sirvan para afianzar y ampliar las explicaciones teóricas.

Se anima a los alumnos a revisar con frecuencia los archivos subidos a la página de la asignatura (donde se colgarán apuntes, avisos, etc.). Si tienes problemas para acceder a ellos, ponte en contacto con la profesora.

Lección magistral de tipo participativo (mp) en el que se exponen los contenidos principales

Aprendizaje cooperativo a través de trabajo de grupo los alumnos tendrán que desarrollar y presentar un trabajo de grupo (2-3 alumnos) en el que analicen la normativa que afecta a todas la fases y aspecto de un alimento innovador



6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teóricas	8	Trabajo autónomo sobre contenidos teóricos	16
Clases prácticas	16	Trabajo autónomo sobre contenido práctico	20
Actividades académicamente dirigidas	6	Realización de trabajos, informes o memoria	24
Evaluación	10		
Total presencial	40	Total no presencial	60

7. Sistema y características de la evaluación

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Preentación de trabajo grupales	60%	
Prácticas en clase y tareas individuales	30%	

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- **Convocatoria ordinaria: presentación de trabajo de grupo**
 - ...
- **Convocatoria extraordinaria: test escrito**
 - ...

8. Consideraciones finales

La profesora **Urbano López de Meneses** es Doctora Ingeniera Agrónoma por la Universidad Politécnica de Madrid y profesora titular de Universidad del Área de Economía, Sociología y Política Agraria de la Universidad de Valladolid. Su área de investigación son las cadenas de valor y el Marketing agroalimentario.

Ha dirigido y participado en una veintena proyectos competitivos de investigación, transferencia tecnológica y capacitación de diversas entidades. Es o ha sido profesora visitante de 12 Universidades latinoamericanas y europeas.

Profesora Almudena Gomez Ramos

Profesora Titular por la Universidad de Valladolid. Dos tramos de investigación reconocidos por la Agencia Nacional de la Calidad Académica e Investigadora (2002-2008, 2008-2014)



Formación

- Ingeniero Agrónomo. Esp. Economía Agraria, Universidad Politécnica de Madrid (1989).
- Diploma especialización Post-Universitaria CIHEAM, Zaragoza (1990)
- Doctor Ingeniero Agrónomo, Universidad Politécnica de Madrid (2004)

Trayectoria profesional

- Desde 2002: Profesora de Economía Agraria en la E.T.S. Ingeniarías Agrarias. Campus de Palencia. Universidad de Valladolid.
- 1998-2005: Investigador contratado en la Universidad Politécnica de Madrid
- 1993-2005: Colaboración en actividades de formación de la Diputación General de Aragón y la Comunidad Autónoma de Madrid.
- 1990-1993: Contrato para realización de labores de consultoría en INESA-ECAS, Zaragoza

Líneas de investigación

- Valoración de las políticas públicas destinadas al sector agrario y sector del vino
- Análisis de efectos socioeconómico de sequía y cambio climático: gestión de riesgo
- Economía de recurso naturales y economía ambiente en el sector agroalimentario: huella hídrica y huella de carbono

