



I. INFORMACIÓN GENERAL

CURSO	:	Marketing Alimentario
CÓDIGO	:	AG57
CICLO	:	202102
CUERPO ACADÉMICO	:	Huaman Carbajal, Edgar Andrés
CRÉDITOS	:	3
SEMANAS	:	16
HORAS	:	3 H (Teoría) Semanal
ÁREA O CARRERA	:	Administración y Agronegocios

II. MISIÓN Y VISIÓN DE LA UPC

Misión: Formar líderes íntegros e innovadores con visión global para que transformen el Perú.

Visión: Ser líder en la educación superior por su excelencia académica y su capacidad de innovación.

III. INTRODUCCIÓN

Curso de especialidad en la carrera de Administración y Agronegocios, de carácter teórico-práctico dirigido a los estudiantes del octavo ciclo, que busca desarrollar la competencia general del Pensamiento Innovador y Estratégico, así como la competencia específica de Dirección Agro comercial.

El marketing alimentario tiene como fin identificar propuestas de valor que satisfagan una necesidad insatisfecha del mercado objetivo, diseñar estrategias de marketing para ingresar al mercado y lograr los objetivos comerciales.

En base a la investigación, identificar y desarrollar productos o servicios, identificar las ventajas competitivas, el mercado objetivo, seleccionar canales de comercialización, establecer precios, y optimizar campañas de promoción. El curso busca capacitar en la creación e innovación de modelos de negocios, así como en dominar las estrategias gerenciales, para comercializar los productos alimentarios eficazmente.

IV. LOGRO (S) DEL CURSO

Al finalizar el curso, el estudiante identifica una oportunidad alimentaria comercial y elabora una estrategia de ingreso al mercado para cumplir los objetivos comerciales. El entregable final será el plan de marketing alimentario.

V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD N°: 1 INTRODUCCIÓN AL MARKETING ALIMENTARIO
LOGRO LOGRO Al finalizar la unidad, el alumno conoce las tendencias actuales del mercado alimentario y aplica los términos principales utilizados en marketing en base a casos.

TEMARIO

Semana 1: Repaso de conceptos de marketing, tendencias y aplicación a la industria alimentaria
Semana 2: Marketing Mix. Las 4P's y las 4C's aplicado a alimentos. Casuística
Semana 3: Análisis estratégico externo. Mercado objetivo, buyer persona.
Semana 4: Marketing Mix. Las 4P's Producto. Marca, packaging, rotulado, normativas, y ready to eat

HORA(S) / SEMANA(S)

Semanas 1, 2, 3 y 4

UNIDAD N°: 2 ANÁLISIS ESTRATÉGICO. INTERNO Y EXTERNO**LOGRO**

Al finalizar la unidad, el alumno analiza el contexto interno y externo e identifica su propuesta de valor alimentaria.

TEMARIO

Semana 5: Generación de propuesta de valor y diferenciación en el mercado objetivos comerciales.
Semana 6: Análisis estratégico interno. Marketing Mix. / Establecimiento de precios
Semana 7: Análisis estratégico interno. Marketing Mix. Presentación idea de Negocio Alimentario.
Semana 8: Entrega del trabajo Parcial : Sustentación grupal de la propuesta de valor alimentaria

HORA(S) / SEMANA(S)

Semanas 5, 6, 7 y 8

UNIDAD N°: 3 PUNTO DE VENTA**LOGRO**

Al finalizar la unidad, el alumno selecciona la estrategia táctica para ingresar al canal seleccionado y comunicar al cliente objetivo la existencia de la propuesta de valor alimentaria.

TEMARIO**TEMARIO**

Semana 9: Canal de distribución
Semana 10: Trade marketing Retail
Semana 11: Comunicación tradicional y Marketing Digital (1)
Semana 12: Comunicación marketing Digital (2)

HORA(S) / SEMANA(S)

Semanas 9, 10, 11 y 12

UNIDAD N°: 4 PLAN DE MARKETING**LOGRO**

Al finalizar la unidad, el alumno aplica el marketing mix en el contexto del sector alimentario.

TEMARIO**Temario:**

Semana 13: Plan de Marketing: Esquema y casuística 1
Semana 14: Plan de Marketing: Esquema y casuística 2. Presentación de proyectos y ajustes
Semana 15: Plan de Marketing: Esquema y casuística 3. Presentación de proyectos y ajustes
Semana 16: Sustentación del Proyecto Final Plan de Marketing

HORA(S) / SEMANA(S)

Semanas 13, 14 , 15 y 16

VI. METODOLOGÍA

El curso Marketing Agroalimentario es un curso presencial que se basa en el uso del Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP). El objetivo principal es la elaboración de un proyecto grupal asociado al marketing alimentario. Para ello contarás con la asesoría del profesor quien a lo largo del semestre te orientará en la organización y planificación de tu propuesta.

Las actividades de aprendizaje incluyen visitas de estudio, exposiciones audiovisuales trabajos de investigación y solución de casos prácticos. En todas ellas se fomentará tu capacidad de análisis, investigación y participación, individual y en equipo, a fin de facilitar la adquisición de las competencias señaladas en el perfil profesional de la carrera.

La asignatura tiene 3 creditos, e incluye 3 horas de teoria. El estudiante deberá dedicarle un promedio de 6 horas semanales dentro y fuera de clase para tener éxito en este curso.

La evaluación del curso está centrada en la elaboración de un proyecto de agronegocios, en particular del sistema agroalimentario. Las tareas sirven para evaluar el manejo de la información y las prácticas calificadas la aptitud en la resolución de casos. La participación busca valorar la actitud del estudiante y su predisposición frente al curso.

VII. EVALUACIÓN**FÓRMULA**
$$10\% (PC1) + 10\% (TA1) + 20\% (TP1) + 10\% (PC2) + 10\% (TA2) + 10\% (PA1) + 30\% (TF1)$$

TIPO DE NOTA	PESO %
PC - PRÁCTICAS PC	10
TA - TAREAS ACADÉMICAS	10
PC - PRÁCTICAS PC	10
TP - TRABAJO PARCIAL	20
TA - TAREAS ACADÉMICAS	10
PA - PARTICIPACIÓN	10
TF - TRABAJO FINAL	30

VIII. CRONOGRAMA

TIPO DE PRUEBA	DESCRIPCIÓN NOTA	NÚM. DE PRUEBA	FECHA	OBSERVACIÓN	RECUPERABLE
PC	PRÁCTICAS PC	1	Semana 3	Las 4Ps y 4Cs	SÍ
TA	TAREAS ACADÉMICAS	1	Semana 4	Aplicación de caso de NO marketing	NO
PC	PRÁCTICAS PC	2	Semana 7	De acuerdo a rúbrica del profesor	SÍ
TP	TRABAJO PARCIAL	1	Semana 8	De acuerdo a rúbrica del profesor	NO
TA	TAREAS ACADÉMICAS	2	Semana 13	De acuerdo a rúbrica del profesor	NO
PA	PARTICIPACIÓN	1	Semana 15	P r o m e d i o d e participación en clase	NO
TF	TRABAJO FINAL	1	Semana 16	Según rúbrica del profesor	NO

IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

https://upc.alma.exlibrisgroup.com/leganto/readinglist/lists/6502871700003391?institute=51UPC_INST&auth=LOCAL