



# MASTER GESTIÓN EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Global Agribusiness  
Semipresencial



FEVAL | Institución Ferial de Extremadura



cooperativas  
agro-alimentarias  
Extremadura

# PRESENTACIÓN

La importancia socio-económica del sector agroalimentario tanto en Extremadura como a nivel nacional hace necesaria la modernización de las empresas del sector. Esto justifica la existencia de profesionales altamente especializados que cubran dichas demandas.

Por otra parte, la existencia de títulos de Grado relacionados con la alimentación como son Ciencia y Tecnología de los Alimentos, Nutrición Humana y Dietética, Ingeniero Agrónomo, Veterinaria y otros, hacen necesaria la existencia de oferta formativa de títulos de postgrado que les permitan una especialización concreta en el campo de la gestión agroalimentaria.

La actual crisis socio-económica en la que nos encontramos inmersos convierte a la innovación en el motor fundamental del progreso. El sector agroalimentario necesita de la modernización de sus industrias y del fomento de sus departamentos de i+D+I. Por ello demandan profesionales especialistas en el área Agroalimentaria, campo en los que forma este Máster Universitario.

Desde la aprobación de los últimos Reglamentos sobre seguridad alimentaria en la Unión Europea, la responsabilidad de ofrecer a los consumidores alimentos sanos y seguros recae directamente sobre los productores y proveedores de estos productos. Por este motivo los empresarios de las industrias alimentarias demandan profesionales debidamente formados en esta área donde profundiza el Master en Gestión de Empresas Agroalimentarias.

Los profesionales de los Departamentos de Calidad y Seguridad Alimentaria deben estar cada día más, involucrados en la gestión de las compañías y al lado de la dirección de las mismas y para conseguirlo deben contar con una formación integrada de todos los componentes de la industria: seguridad en origen, producción, gestión, calidad y tecnología. Este Máster recoge todos estos aspectos respondiendo a las expectativas de los empresarios del sector alimentario y de su personal específico que desarrolle y aplique sus conocimientos para alcanzar la excelencia de dichos establecimientos y competir y proporcionar al consumidor el producto más seguro y atractivo a sus necesidades

La industria alimentaria es el sector industrial que más contribuye al producto interior bruto en España. El éxito de estas industrias requiere de una adecuada dirección y gestión, no solo desde el punto de vista de los aspectos económicos y financieros, sino también desde los relacionados con la calidad y seguridad de los procesos productivos de los alimentos. Las recientes alarmas alimentarias han despertado en la población la máxima preocupación y exigencia de seguridad a los productores, a quienes, a su vez, demandan la oferta de alimentos variados, cómodos de adquirir y preparar, saludables y con una larga vida útil.

La importancia socio-económica del sector alimentario unido a los grandes cambios acontecidos en el campo de la alimentación en cuanto a pautas dietéticas, nuevos alimentos, interés creciente de determinados nutrientes, nuevas tecnologías de procesado, nuevos materiales de envasado y biotecnología alimentaría, da lugar a la necesidad de profesionales e investiga-

dores/as competentes en estas actividades. Los consumidores/as demandan cada vez más, alimentos más saludables y seguros, con mejores propiedades nutritivas y sensoriales, lo que obliga a mejorar la calidad de los mismos.

Este Master habilita profesionalmente a las personas que lo cursen a trabajar en la empresa específicamente en el área profesional de Calidad y de la Seguridad Alimentaria o de forma transversal en cualquier área de la empresa. Los principios, técnicas y metodologías de la Calidad son aplicables en muchas áreas de la empresa y su conocimiento no sólo es un complemento sino un activo importante y necesario para la supervivencia y el desarrollo sostenible de la misma.

## **MISIÓN DEL MASTER DE GESTIÓN DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS**

La misión del Master es aportar una visión transversal y amplia de los diferentes ámbitos del sector agroalimentario y su seguridad complementada con una visión vertical y más específica dentro de los diferentes sectores y niveles de producción y comercialización de alimentos.

Desde un punto de vista metodológico, el Master se presenta como un Master semipresencial, en el que se combinan clases magistrales per expertos en las diferentes materias con actividades no presenciales. La docencia presencial se concentra de forma intensiva al mes para facilitar el acceso a los alumnos que han de compatibilizar su formación con el desarrollo de una actividad laboral o universitaria.

El profesorado de éste Master se compone de profesionales e investigadores de diferentes Universidades, Agencias de Salud Pública y Administración agroalimentaria además de contar, también, con un destacado grupo de profesionales de los diferentes sectores de la cadena agroalimentaria que aportaran la visión vertical y sectorial de los diferentes temas.

## **OBJETIVOS DEL MASTER**

Comprender la importancia de la cultura de la Calidad y la mejora continua en Gestión de las organizaciones.

Tener conocimientos sobre la legislación y normativa vigente referente a los principios y requisitos de la Seguridad Alimentaria y comprender la importancia de la gestión de la calidad y de la seguridad alimentaria en las empresas e industrias que conforman la cadena alimentaria.

Adquirir conocimientos, técnicas y habilidades en la Gestión de la Calidad de los productos y de los procesos, conforme a los principios, normas y estándares de aseguramiento de la Calidad y Seguridad alimentaria.

Conocer las Normas de certificación de calidad más usuales que se implantan en el Sector alimentario: ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, ISO 22000, BRC, IFS, EUREP GAP,...

Conocer los requisitos de las figuras de calidad de productos alimentarios y de certificación de productos por entidades acreditadas.

Adquirir conocimientos y competencias en la Gestión de Sistemas de la Calidad, del Medioambiente, de la Prevención de Riesgos Laborales, de la Seguridad alimentaria y en la integración de Sistemas.

Diseñar, elaborar, implantar y mantener Sistemas de Gestión de la Calidad, Medioambiente, Prevención y Seguridad alimentaria en las organizaciones, especialmente en explotaciones e industrias agroalimentarias y en organismos que certifican productos.

Este Master nace con la perspectiva de la excelencia y ofrece a los distintos colectivos que de una manera u otra se relacionan con la gestión agroalimentaria una formación completa que abarca a todos los sectores apoyando sus necesidades de aplicación de conocimientos así como la estructura del curso para facilitar su cómodo desarrollo y seguimiento.

Confirmando en que dicho Master se adapte a sus expectativas reciba un saludo .

*La Organización del Master*



# DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Este master de **530 horas** está diseñado para proporcionar todos los conocimientos, herramientas y técnicas relacionados con los **negocios agroalimentarios globales**.

La **modalidad presencial** facilita, mediante el sistema de seminarios, la participación activa de las personas que intervienen en el Master y el intercambio de experiencias entre ellas. Además, el contenido del Master hace preferible la asistencia permanente de un profesor experto en la resolución de dudas operativas.

La **modalidad a distancia** (e-learning) es una técnica que se está imponiendo por su comodidad y que presenta las siguientes ventajas:

- Permite eliminar los problemas derivados de la incompatibilidad de horarios.
- Desaparecen los inconvenientes de los desplazamientos.
- Cada alumno puede ajustar su ritmo de estudio según sus intereses.
- Se pueden aplicar los conocimientos adquiridos al ámbito laboral de forma inmediata.

Las principales características que diferencian a este curso a semipresencial de otros cursos presenciales son:

- La maquetación ha sido especialmente confeccionada para ser aplicada en enseñanza semipresencial, partiendo de un diseño en los contenidos para la parte a distancia muy visual, con un estilo de redacción claro y concreto, frecuentes cuadros explicativos y destacando los puntos más importantes de cada tema.
- La documentación sigue un orden lógico de estudio, por lo que todos los contenidos están coordinados entre sí y los conceptos se van introduciendo gradualmente.
- La tutoría personalizada permite aclarar las cuestiones que surgen de cualquier punto del temario.
- La documentación se va enviando on-line y en formato papel.

Gracias a la sistematización de conocimientos y estructura didáctica del curso, no se necesitan conocimientos previos en la materia, ya que ha sido especialmente realizado para la enseñanza a distancia mediante e-learning con el fin de alcanzar todos los conocimientos prácticos que se necesitan con el mínimo esfuerzo.

# DISTRIBUCIÓN HORARIA

**Nº Total de horas del Master: 530**

*Presenciales: 150*

*Distancia (e-learning): 350*

*Realización tesina: 30*

## DIRIGIDO A

El Master está dirigido a aquellas personas que busquen adquirir una sólida formación que les permita actuar en el sector agroalimentario global, tanto en su área comercial, su área de distribución, como en su área de gestión o de asesoramiento legal y de control:

- Diplomados, Licenciados o Ingenieros que deseen complementar su formación en las áreas de estrategia global y gestión del sector.
- Profesionales del sector, con distintos niveles de experiencia que quieran adquirir una formación complementaria en otras áreas y conseguir niveles de responsabilidad más amplios, o como reciclaje permanente.
- Empresas del sector que deseen reforzar sus cuadros para una mayor competitividad y estrategia selectiva.
- Sociedades del sector agroalimentario y de la distribución;
- Organismos públicos y empresas de consultoría;
- Departamentos de marketing, administrativos, distribución, transformación, I + D, control de gestión...
- Profesionales de otras especialidades que quieran ampliar los servicios que actualmente están ofreciendo.
- Y, en definitiva, cualquier persona que tenga interés en desarrollar una actividad con grandes expectativas de futuro, bien trabajando por cuenta ajena, bien creando su propia empresa y siendo su propio jefe o bien desarrollando su colaboración y experiencia en una empresa del sector.

# PROGRAMA DEL MASTER

Se compone de 3 módulos:

## Módulo I: Políticas de productos agroalimentarios

- Calidad y productividad de la industria agroalimentaria
- Productos alimentarios: condiciones sanitarias y comercialización
- Producción y explotaciones ganaderas
- Higiene Alimentaria.
- La Unión Europea. La Política Agraria Comunitaria (PAC)
- Gestión y Protección del Medio Ambiente

## Módulo II: Dirección de empresas agroalimentarias

- Organización y administración de empresas agroalimentarias.
- Gestión comercial.
- Relaciones Laborales.
- Casos de empresas.
- Introducción al Coaching 1: Conócete y alcanza tu meta; Yo te lo cuento.
- Coaching 2: Acción o Inacción, tú decides.

## Módulo III: Internacionalización de empresas agroalimentarias

- Proyecto de Internacionalización, Fundamentación y Análisis de Mercado.
- Logística Internacional, Incoterms, Financiación del Proyecto de Internacionalización.
- Medios de Pago y Contratación internacional.
- Marketing internacional y Oferta Comercial.
- Casos de empresas.



# JUSTIFICACIÓN DEL MASTER

## Módulo I: Políticas de productos agroalimentarios. Conocer ...

- La formulación de alimentos a nivel industrial.
- Los sistemas de investigación, calidad y control de calidad agroalimentaria así como los sistemas de gestión de aprovisionamientos, de almacén y de expediciones.
- Los procedimientos operativos para programar, gestionar y controlar la producción en la industria alimentaria.
- El concepto de empresa o explotación ganadera y las técnicas reproductivas habituales.
- La manipulación de alimentos, su cocinado, su conservación, etc. para garantizar la seguridad alimentaria así como el manejo e implantación de sistemas de autocontrol basados en el Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos (APPCC). La legislación alimentaria y las: Normas ISO de Gestión de la Calidad y Gestión Medio Ambiental y su implantación.
- Las Políticas Agrarias de la UE e interpretar las diferentes ayudas y fondos estructurales que ofrece la UE dentro del Marco de Apoyo Comunitario.
- Los conceptos de marketing ecológico, sistemas gestión medioambiental, optimización de recursos, ecoeficiencia, trazabilidad, etc. Aprender los elementos fundamentales en la elaboración de un plan de gestión medioambiental así como el marco legal existente.

## Módulo II: Dirección de empresas agroalimentarias. Conocer ...

- Los principios básicos que definen la empresa y la organización agroalimentaria, las capacidades agrológicas y agraria de los suelos; la valoración de inmuebles y de empresas, los criterios y los métodos de la valoración agraria. Así como conocer los diversos tipos de sociedades y formas de asociación de las empresas y profesionales del sector.
- Los sistemas de mecanización y de comercialización agroalimentaria, etc.
- Las diferentes políticas de marketing agroalimentario, investigación comercial, planificación comercial, estrategias comerciales, políticas de comunicación, el comportamiento del consumidor, técnicas de venta.
- Las teorías motivacionales del contenido y del proceso, el papel de la dirección en el entorno de trabajo, las cinco funciones básicas de la dirección, el concepto de liderazgo, clasificar los distintos tipos de equipos de trabajo y sus finalidades, identificar las fases de formación de los grupos de trabajo, tipos de negociación, toma de decisiones, etc.

## Módulo III: Internacionalización de empresas agroalimentarias. Conocer ...

- Los Incoterms (FOB, CIF, etc.), es decir, como definir las condiciones de entrega de la mercancía en una exportación.
- La logística internacional, los diferentes medios de transporte internacional (marítimo, carretera, avión, ferrocarril y multimodal) así como el embalaje.
- Los medios de pagos y cobros internacionales, haciendo especial énfasis en los créditos documentarios.
- Las políticas de promoción internacional (publicidad, viajes comerciales, ferias internacionales, relaciones públicas, páginas web, e-promoción, influencia de la imagen país, etc.)
- La estrategia de distribución más adecuada para cada mercado y entender la importancia de una correcta gestión de la red de distribución internacional

# CONTENIDOS (módulo I)

## Descripción de cada uno de los módulos que componen el Master.

## UNIDAD DIDÁCTICA: CALIDAD Y PRODUCCIÓN ALIMENTARIA.

### Contenido:

- 1.- Calidad Alimentaria. Generador de confianza. Calidad genérica.
- 2.- Demanda y Fomento de productos de calidad. Figuras para la mejora de la calidad.
- 3.- La Inspección de Calidad Agroalimentaria.
- 4.- Industrias Agrarias y Alimentarias: Industrialización, proceso y líneas de ayuda.
- 5.- Industrias Cárnicas y derivados.
- 6.- Industrias Lácteas y derivados.
- 7.- Industria Enológica: Bodegas y Embotelladoras.
- 8.- Industria Elayotécnica: Almazaras y Envasadoras de Aceite.

9.- Industria de Conservas y Congelados Vegetales.

10.- Industria de Cereales y derivados. Piensos y Forrajes.

11.- Trazabilidad Alimentaria.

**Objetivos:**

- Conocer los sistemas de calidad que son implantados en las industrias.
- Conseguir una capacidad general para desarrollar funciones dentro de la empresa, bajo los parámetros de las estrictas normas de Calidad Agroalimentaria.
- Introducir conocimientos y técnicas aplicadas al control de calidad en la industria agroalimentaria.
- Presentar al alumno diversos usos y sistemas de producción de las diversas industrias agroalimentarias y proporcionarles las herramientas necesarias.
- Dar una visión de los sistemas de investigación y gestión de la producción sobre procesos y productos químicos, que tienen incidencia en los ámbitos agroalimentarios y de los recursos naturales.
- Dar a conocer cuáles son las herramientas y sistemas responsables de las diversas industrias alimentarias a nivel práctico y teórico.
- Adquirir más conocimientos sobre diagnóstico, especialmente en productos agrícolas, la relación entre nutrición y calidad de los productos alimentarios y las características.
- Formar al alumno para ser un buen responsable de calidad en la empresa.
- Conocer los conceptos fundamentales de lo que es la gestión de la calidad y las directrices para la implantación de un sistema de aseguramiento de la calidad.
- Tener los criterios y aptitudes necesarios para la autoevaluación de la gestión de la calidad y, en base a ello, afrontar una mejora continua.
- Aprender a redactar los documentos básicos del sistema de producción y de gestión de calidad.
- Conocer las fases de producción y elaboración de los sectores de las industrias agroalimentarias.

# UNIDAD DIDÁCTICA:

## COMERCIALIZACIÓN Y CONDICIONES SANITARIAS DE LOS PRODUCTOS ALIMENTARIOS.

### Contenido:

- 1.- Condiciones Sanitarias aplicables a Almacenamiento y Transporte de Alimentos.
- 2.- Etiquetado y Publicidad de los Productos Alimenticios.
- 3.- Condiciones generales Sanitarias de los Materiales en Contacto con os Alimentos.
- 4.- Aspectos Técnicos y Sanitarios del Movimiento y del Comercio de Animales.
- 5.- Protección de los Animales durante el Transporte.
- 6.- Condiciones de Policía Sanitaria para los Intercambios Intracomunitarios y de Terceros Países.

### Objetivos:

- Preparación de técnicas especialistas en esta materia, proporcionando los conocimientos para la formulación de alimentos a nivel industrial.
- Desarrollar los procesos y determinar los procedimientos operativos en la industria alimentaria (líneas de flujo, procesos de elaboración...).
- Conocer e identificar las principales máquinas existentes en la industria alimentaria y la elaboración de algunos alimentos, etc.
- Instruirse en los diferentes mecanismos existentes para controlar la contaminación y, cuando ésta se ha producido, en las diferentes técnicas de depuración de efluentes, medida de la carga microbiológica, etc.
- Aprender a Gestionar los aprovisionamientos, el almacén y las expediciones en la industria alimentaria.
- Desarrollar los procesos y determinar los procedimientos operativos para la producción.
- Programar, gestionar y controlar la producción en la industria alimentaria.
- Controlar la aplicación del plan de calidad en la industria alimentaria
- Gestionar los sistemas de protección ambiental de la industria alimentaria
- Realizar operaciones de compra-venta y actividades de apoyo a la comercialización de productos alimentarios

# UNIDAD DIDÁCTICA:

## EXPLORACIONES Y PRODUCCIÓN GANADERAS.

### Contenido:

- 1.- Ordenación de las Explotaciones Ganaderas.
- 2.- El Registro de Explotaciones Ganaderas. Registro de Núcleos Zoológicos.
- 3.- La Mejora Genética de la Producción Ganadera.
- 4.- Sistemas generales de Lucha, Control de las Enfermedades y Protección de los Animales en las Explotaciones Ganaderas.
- 5.- El Sector Porcino: Características y Tipos. Razas. Rendimientos y Producción. Exigencias Medioambientales. OCM.
- 6.- El Sector Vacuno de Leche y Carne: Características y Tipos. Razas. Rendimientos y Producción. Exigencias Medioambientales. OCM.
- 7.- El Sector Ovino y Caprino: Características y Tipos. Razas. Rendimientos y Producción. Exigencias Medioambientales. OCM.
- 8.- Otras Explotaciones Ganaderas: Avícola, Cunicola y Equina. Características y Tipos. Razas. Rendimientos y Producción. Exigencias Medioambientales. OCM.

### Objetivos:

- Intentar que el alumno obtenga claramente el concepto de empresa o explotación ganadera en funcionamiento y los métodos de cuantificación de las transacciones del establecimiento con el exterior.
- La empresa ganadera es una unidad económica de producción que combina los factores (pienso, mano de obra, etc.) a fin de producir bienes (leche, carne, huevos, etc.) que vende al mercado. Es por lo tanto una unidad de control y de toma de decisiones de la producción animal. El “empresario ganadero” es un ente lógico y racional que debe saber tomar sus decisiones ya sea de modo propio o a través de asesoramiento externo de modo que disponga de una óptima política decisional.
- Los grandes grupos decisionales que se plantean ante el empresario ganadero son: ¿Qué bienes producir ante una gama de alternativas ? ¿Qué tecnología usar en la producción, de entre una serie de sistemas alternativos? ¿Qué nivel de producción alcanzar para cada bien elegido? ¿Cuándo y donde comprar y vender, ante diferentes mercados? ¿Dónde situar la empresa ganadera? ¿Cuándo y como expansionar la explotación? ¿Cuándo cambiar el tipo de producción?
- Que el alumno conozca las técnicas reproductivas que permiten controlar el proceso de la reproducción con el fin de aumentar su eficacia, con sus ventajas e inconvenientes, indicaciones y contraindicaciones, beneficios, riesgos y coste económico.
- Mantener una estructura y una distribución de las lecciones que respeten las unidades didácticas para que den idea de su importancia desde el punto de vista pedagógico, ofreciendo una visión integral de las actividades que implica la producción ganadera en cada especie y un buen conocimiento de los aspectos descriptivos.

# UNIDAD DIDÁCTICA:

## HIGIENE y SEGURIDAD ALIMENTARIA

### Contenido:

- 1.- Sanidad Alimentaria. Autorización Sanitaria y el Registro Sanitario de Industrias y Productos Alimentarios.
- 2.- El Control Oficial de los Productos Alimentarios. El Código Penal y sus infracciones contra la Salud Alimentaria.
- 3.- Los controles aplicables a los Intercambios Intracomunitarios y a los Intercambios con países terceros de los alimentos de origen animal.
- 4.- La Organización del Control Sanitario de los Alimentos. Organismos del control sanitario de los alimentos.
- 5.- Sistemas operativos del control oficial: Inspección y Recogida de muestras. Los Laboratorios de Salud Ambiental y Alimentaria.
- 6.- Contaminación Abiótica y Biótica de los alimentos.
- 7.- Calidad de los Alimentos. Toxiinfecciones Alimentarias.
- 8.- Aditivos Alimentarios. Función y regulación de uso.
- 9.- Estudio de Brotes de enfermedades alimentarias.
- 10.- El autocontrol basado en los Criterios de Análisis del Riesgo y el Control de los Puntos Críticos.
- 11.- La restauración colectiva. La venta minorista de alimentos.

### Objetivos:

- El alumno deberá formarse y comprender en toda su amplitud el concepto de la asignatura para que cuando termine el curso esté básicamente en condiciones para poder estudiar y dictaminar los casos concretos que puedan presentársele y tener base científica para ir aceptando los progresos futuros.
- Hoy en día cada vez con mayor número de casos, los medios de comunicación nos informan de nuevos casos de intoxicaciones alimentarias como consecuencia de un tratamiento incorrecto de los alimentos.
- El objetivo del Programa de Higiene y Seguridad Alimentaria es dar a conocer tanto al profesional como al consumidor en general la información necesaria sobre la manipulación de los alimentos, su cocinado, su conservación, etc. para garantizar la seguridad alimentaria.
- Dotar al alumno de los conocimientos necesarios para el manejo e implantación de sistemas de autocontrol basados en el Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos (APPCC).

- Formar al alumno en la implantación y desarrollo de los prerrequisitos del sistema APPCC: Limpieza y desinfección. Formación de manipuladores de alimentos. Mantenimiento y diseño de equipos e instalaciones. Trazabilidad. Control de plagas. Control del agua.
- Formar al alumno en legislación alimentaria y adiestrarle en su manejo.
- Poner al alcance del alumno el conocimiento de las nuevas técnicas rápidas en microbiología alimentaria y patógenos emergentes.
- Formar al alumno en Normas ISO de Gestión de la Calidad y Gestión Medio Ambiental y su implantación en la empresa alimentaria.
- Adiestrar al alumno en la gestión de crisis alimentarias.
- Formar al alumno en la prevención de Riesgos Laborales en la empresa alimentaria.
- Conocer las relaciones entre la nutrición y la tecnología alimentaria.
- Formar al alumno en la gestión medioambiental en una empresa alimentaria.
- Conocer los mecanismos aplicados para establecer la seguridad alimentaria en “origen”.

## **UNIDAD DIDÁCTICA:** **POLÍTICA AGRARIA COMUNITARIA (PAC).**

### **Contenido:**

- 1.- Política Agraria Común: Principios, Objetivos. Financiación. Organismos Pagadores.
- 2.- La Reforma de la PAC y los Acuerdos del GATT.
- 3.- Las Organizaciones Comunes de Mercado. OCMs.
- 4.- Política Comunitaria de Estructuras: Fondos e Iniciativas Comunitarias.
- 5.- Estrategias Agrarias y de Desarrollo Rural.

### **Objetivos:**

- Interpretar el nuevo orden mundial y valorar los procesos de integración económica que están sucediendo a nivel Europeo y mundial.
- Conocer en general el proceso de construcción de la Unión Europea.
- Identificar los principales beneficios y problemas que todo proceso de integración económica conlleva, y en particular la construcción de la Unión Económica y Monetaria en Europa.

- Conocer la organización y el funcionamiento de las políticas activas de la UE.
- Conocer las competencias en el ámbito de las políticas Agrarias de la UE.
- Conocer e interpretar las diferentes ayudas y fondos estructurales que ofrece la UE dentro del Marco de Apoyo Comunitario.

## **UNIDAD DIDÁCTICA:** **MEDIO AMBIENTE AGROALIMENTARIO.**

### **Contenido:**

- 1.- Agricultura y Medio Ambiente.
- 2.- Problemática Ambiental de las Aguas: Clasificación. Métodos de Depuración. Sistemas de Potabilidad. Reutilización de Aguas Residuales. Vigilancia Sanitaria.
- 3.- Problemática Ambiental Atmosférica: Fuentes, Efectos y Controles. Contaminantes. Red de Vigilancia.
- 4.- Conservación de Suelos. Erosión.
- 5.- Los Residuos: Tipología, Tratamientos. Distribución controlada.
- 6.- La Evaluación del Impacto Ambiental (EIA). Prevención y Corrección de Impactos.
- 7.- La Contaminación Difusa de los Nitratos.
- 8.- Residuos Orgánicos: Municipales. Lodos. Subproductos Agrícolas y Ganaderos.

### **Objetivos:**

- Este Módulo de Medio Ambiente Agroalimentaria tiene como objetivo básico la formación integral en la Gestión Medioambiental referente al sector agrícola y ganadero. Una formación que haga posible la incorporación al mundo empresarial de los modernos conceptos de marketing ecológico, sistemas gestión medioambiental, optimización de recursos, ecoeficiencia, etc.
- Esta formación pretende también que el concepto básico de Desarrollo Sostenible se pueda aplicar con rentabilidad y eficacia en todos los ámbitos de nuestra sociedad.
- La especialización medioambiental que se logra con nuestro Programa permite entrar de lleno en uno de los dos campos de más futuro y mayores perspectivas de empleo y desarrollo para el Siglo XXI. (En algunas conclusiones de organismos comunitarios, la Unión Europea sitúa al Medio Ambiente junto a las comunicaciones como los dos campos de mayores expectativas de futuro).
- Mejora de las herramientas del Sistema de la Gestión MedioAmbiental.

- Aprender los elementos fundamentales en la elaboración de un plan de gestión medioambiental que evite la contaminación en la propia empresa.
- Conocer los factores contaminantes más perjudiciales y el marco legal que regula esta problemática en el territorio Español.
- Distinguir y diferenciar los puntos clave para gestionar una empresa desde una perspectiva ecológica y sin dañar el medio ambiente.
- Aprender y conocer la terminología básica de la disciplina medioambiental y un amplio conocimiento de los procesos y fenómenos fisicoquímicos



# CONTENIDOS (módulo II):

Descripción de cada uno de los módulos que componen el Master.

## UNIDAD DIDÁCTICA: ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS.

### Contenido:

- 1.- La Empresa Agroalimentaria.
- 2.- Asociacionismo Agrario. Cooperativas y SAT.
- 3.- Valoración Agraria: Objetivos y Métodos.
- 4.- Concentración Parcelaria.
- 5.- La Comercialización Agraria.
- 6.- La Financiación en el Sector Agroalimentario.
- 7.- Formación e Investigación Agraria.
- 8.- Mecanización Agraria: Maquinaria, Usos, Organización.
- 9.- El Sistema de Seguros Agrarios.

### Objetivos:

- El alumno deberá formarse y comprender en toda su amplitud el concepto de la asignatura para que cuando termine el curso esté básicamente en condiciones para poder estudiar y dictaminar los casos concretos que puedan presentársele y tener base científica para ir aceptando los progresos futuros.
- Establecer los principios básicos que definen la empresa y la organización agroalimentaria.
- Establecer las capacidades agrológicas y agraria de los suelos.
- Comprender la valoración de inmuebles y de empresas, los criterios y los métodos de la valoración agraria.
- Distinguir y conocer los diversos tipos de sociedades y formas de asociación de las empresas y profesionales del sector.
- Conocer y distinguir los diversos sistemas de mecanización, su financiación y su gestión.
- Conocer y estudiar los diversos sistemas de comercialización agroalimentaria y utilizar las herramientas necesarias para ello.
- Identificar a una empresa agraria y cuáles son sus elementos, funciones y finalidades.

- Clasificar una empresa según su producción, dimensión y su forma jurídica.
- Explicar las áreas funcionales de una empresa agroalimentaria y cuáles son las relaciones que existen entre ellas.
- Realizar el organigrama de una empresa a partir de su descripción.

## **UNIDAD DIDÁCTICA:** **GESTIÓN E INVESTIGACIÓN COMERCIAL.**

### **Contenido:**

- 1.- Marketing: Filosofía y Mentalidad.
- 2.- La Planificación en Marketing.
- 3.- La Investigación de Mercados: Institutos de Investigación. Investigación Cualitativa y Cuantitativa.
- 4.- La Planificación Estratégica.
- 5.- Las Políticas de Marketing-Mix.
- 6.- Investigación del Consumidor y sus Características.
- 7.- Investigación aplicada al Lanzamiento de Nuevos Productos.
- 8.- Investigación aplicada al Desarrollo y Control de Campañas Publicitarias y de la Audiencia de los Medios.

### **Objetivos:**

- Definir el concepto de marketing y sus elementos.
- Describir la evolución del concepto de marketing y sus contenidos.
- Analizar e identificar las diferentes políticas de marketing.
- Explicar las etapas evolutivas por las que ha pasado la estructura comercial de la empresa.
- Entender la utilidad de la organización comercial.
- Definir, ubicar y distinguir los elementos básicos de la investigación comercial.
- Asimilar cuáles son las principales técnicas y métodos aplicados en la investigación comercial.
- Identificar las claves de interpretación de los resultados y redactar el informe final.
- Establecer las características y las etapas de la planificación comercial

- Explicar el proceso de construcción de un plan e identificar los diferentes tipos de planificación existentes.
- Manejar, explicar e identificar los diferentes tipos de políticas en la empresa y estrategias comerciales.
- Determinar los fundamentos que dirigen la política de comunicación de la empresa.
- Identificar y evaluar los factores que determinan el comportamiento del consumidor.
- Definir las principales técnicas de formación, remuneración y motivación de la red de ventas en la empresa.
- Definir, establecer, explicar e identificar las principales técnicas de venta.
- Identificar los flujos de comunicación empresa-cliente que se producen a través del servicio de atención al cliente.
- Redactar cartas comerciales de atención al cliente.

## **UNIDAD DIDÁCTICA:** **RELACIONES LABORALES.**

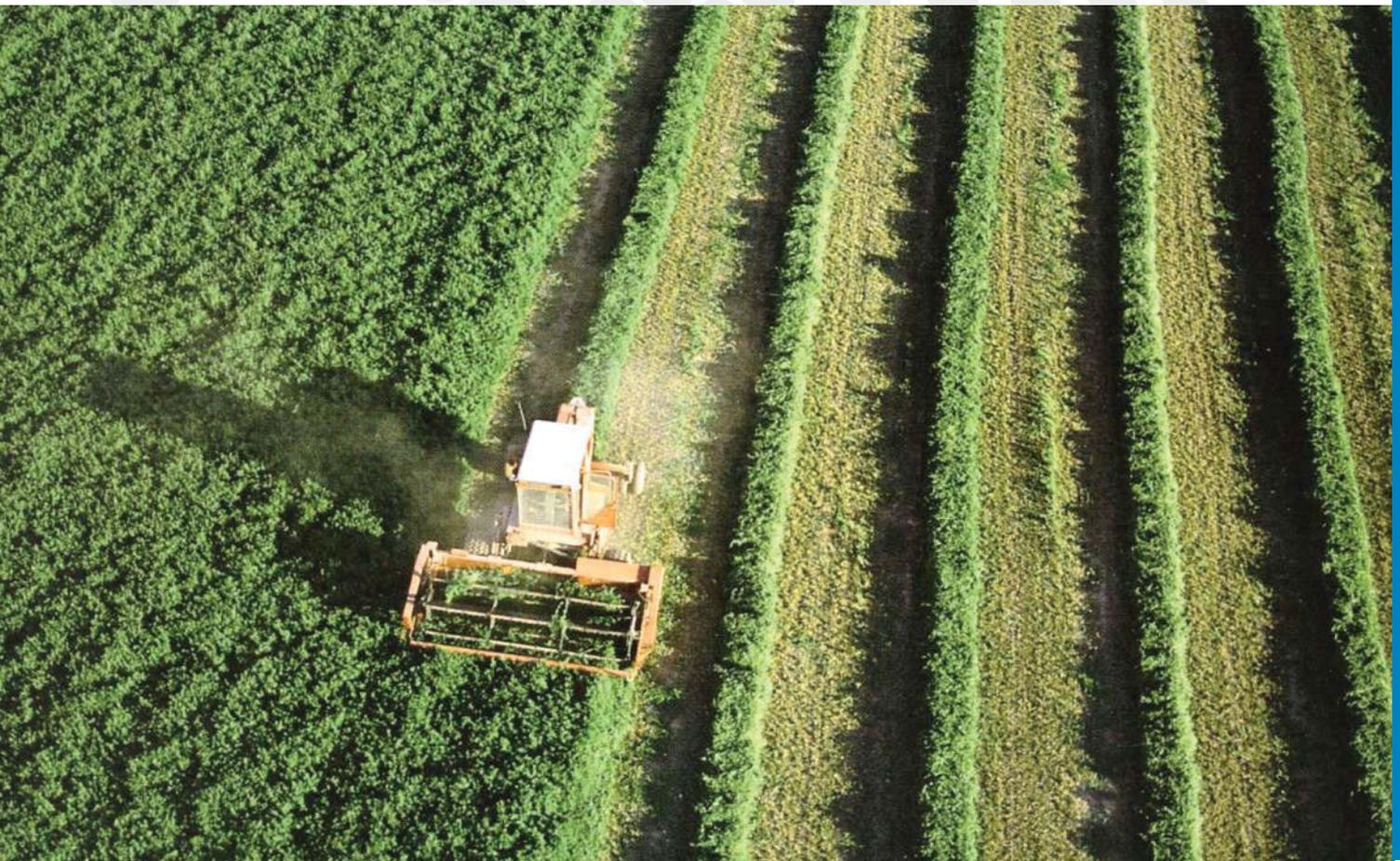
### **Contenido:**

- 1.- Dirección de Grupos y Funcionamiento de las Organizaciones: Liderazgo.
- 2.- La Dirección en la Empresa.
- 3.- Delegación en la Empresa.
- 4.- Trabajo en Equipo.
- 5.- Las Reuniones de Trabajo.
- 6.- Motivación del Personal.
- 7.- La Negociación en la Empresa.
- 8.- Las Decisiones en la Empresa.

### **Objetivos:**

- Identificar la motivación en el entorno laboral y diferenciar las teorías motivacionales del contenido y del proceso.
- Identificar distintos niveles y fuentes de motivación y valorar la importancia de las diferencias individuales en el aspecto motivacional.
- Valorar la relevancia de la percepción objetiva individual de las situaciones y aplicar las diversas técnicas de motivación en el entorno laboral.

- Identificar la figura del directivo y el papel de la dirección en el entorno de trabajo y valorar la importancia que tiene la dirección en el contexto global de una empresa.
- Analizar dentro del contexto empresarial las cinco funciones básicas de la dirección y reconocer los distintos tipos de autoridad y valorar su importancia para ejercer las funciones de dirección.
- Definir el concepto de liderazgo e identificar las variables que intervienen en él e identificar los distintos estilos de liderazgo existentes.
- Identificar las variables que inciden en todo el proceso de dirección de personas y relacionar los estilos de liderazgo con diferentes situaciones ante las que puede encontrarse el líder.
- Clasificar los distintos tipos de equipos de trabajo y sus finalidades, identificar las fases de formación de los grupos de trabajo en la empresa y diferenciar los equipos de trabajo eficaces de los ineficaces.
- Definir los distintos tipos y funciones de las reuniones y seleccionar la reunión más adecuada en función de los objetivos.
- Utilizar distintos tipos de preguntas en el desarrollo de una reunión, atendiendo a los objetivos establecidos.
- Analizar las variables que determinan los distintos tipos de negociación y clasificarla según éstas e identificar la influencia de las características personales de las partes implicadas en el proceso negociador.
- Identificar las fases del proceso de toma de decisiones en la empresa y clasificar los posibles tipos de decisiones que se pueden utilizar ante una situación concreta.
- Relacionar los tipos de problemas que se dan en la empresa con los diferentes tipos de decisiones y valorar las ventajas y desventajas de la toma de decisiones individual y grupal.



# UNIDAD DIDÁCTICA: COACHING

## Contenido:

- 1.- TALLER: Introducción al Coaching.
- 2.- TALLER: Conócete.
  - a) TEORIA DE LA PERSONALIDAD
  - b) TRIADAS DE LA PERSONALIDAD
- 3.- TALLER: Conócete.
  - a) TIPOS DE PERSONALIDADES
- 4.- TALLER: Ejercicios prácticos de Coaching.
- 5.- TALLER: Vencer los miedos.
- 6.- TALLER: Claves prácticas para alcanzar tu meta.
- 7.- TALLER: Elevar Tu Autoestima al Máximo.
- 8.- TALLER: Cómo enfrentar tu miedo para eliminar la parálisis que te ocasiona.
- 9.- TALLER: Claves prácticas para ponerte en acción.
- 10.- TALLER: Ejercicios prácticos de Coaching.
- 11.- TALLER: Claves del éxito.
- 12.- TALLER: Creencias.
- 13.- TALLER: Metamorfosis.



## Objetivos:

- Dar a conocer el Coaching como herramienta fundamental en la gestión personal.
- Iniciarse en el proceso de desarrollo profesional de las siguientes competencias: liderazgo, trabajo en equipo y comunicación.
- Potenciar la comunicación interna.
- Conocer nuestra personalidad.
- Perder los miedos.
- Aprender claves prácticas para alcanzar nuestras metas
- Cambiar hábitos para salir de las rutinas prefijadas.
- Abandonar la inacción y aprender a ser proactivo.
- Desarrollar actitudes proactivas para poner nuestros recursos y habilidades, al servicio de la consecución de nuestras metas y objetivos.
- Aumentar las capacidades de toma de iniciativa y acción creativa para enfrentar los problemas de la vida diaria.
- Conocer y entrenar los procesos de la proactividad.
- Favorecer la automotivación.

# CONTENIDOS (módulo III):

Descripción de cada uno de los módulos que componen el Master.

## UNIDAD DIDÁCTICA 1: PROYECTO DE INTERNACIONALIZACIÓN FUNDAMENTACIÓN Y ANÁLISIS DE MERCADO

### Contenido:

- 1.- Por qué y cuándo elegir internacionalizarse
- 2.- Análisis de Mercado
- 3.- Análisis de empresa y entorno
- 4.- Análisis de producto
- 5.- Análisis país.

## UNIDAD DIDÁCTICA 2: LOGÍSTICA ADUANAS Y FINANCIACION

### Contenido:

- 1.- Medios de Transporte
- 2.- Incoterms
- 3.- Aduanas
- 4.- Formas y Medios de Pago
- 5.- Seguro de Crédito
- 6.- Financiación del proyecto de Internacionalización

# UNIDAD DIDÁCTICA 3: MEDIOS DE PAGO Y CONTRATACIÓN INTERNACIONAL

## Contenido:

- 1.- Tipos de contrato
- 2.- Negociación
- 3.- Resolución de conflictos
- 4.- Documentos administrativos

# UNIDAD DIDÁCTICA 4: MÁRKETING INTERNACIONAL Y OFERTA COMERCIAL

## Contenido:

- 1.- Precios
- 2.- Promoción.
- 3.- Comercialización
- 4.- Producto
- 5.- Propuesta de valor Internacional
- 6.- Plan Económico



# UNIDAD DIDÁCTICA 5:

## CASOS DE EMPRESAS

### Contenido:

- 1.- Presentación de proyectos de Internacionalización.

### Objetivos:

El objetivo del módulo de Comercio Internacional es dotar al alumno de las herramientas y metodología necesarias para poder elaborar su Proyecto de Internacionalización y presentarlo frente a terceros.

# METODOLOGÍA

El método escogido se caracteriza por su flexibilidad dada su modalidad de formación presencial y a distancia (e-learning). Éste se basa en su mayoría en casos prácticos y formulación de ejercicios y supuestos reales apoyados por aplicación informática en cada uno de ellos.

Entre las metodologías docentes apuntamos las siguientes como más significativas:

- Desarrollar sesiones interactivas presenciales.
- Utilizar material multimedia.
- Potenciar la figura del profesor-tutor como elemento dinamizador del sistema dirigiendo y apoyando el trabajo del alumno.
- Potenciar la demostración práctica de los conocimientos teóricos del programa.
- Apostar por el análisis frente a la metodología más propensas a la memorización de conocimientos.
- Motivar al alumno asistente mediante el trabajo y la aproximación a ejemplos cercanos a la realidad de su empresa y estimulando su participación.

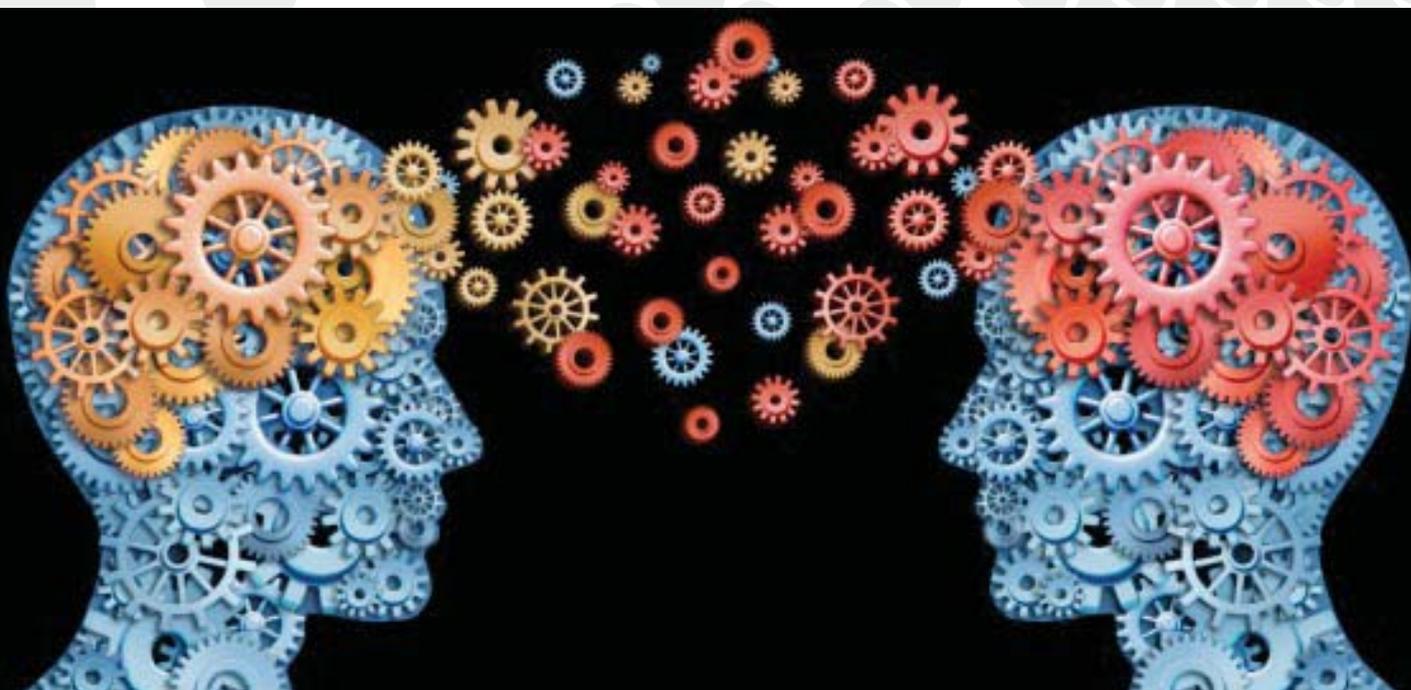
Las estrategias metodológicas siguientes, junto con las descritas y con las que el equipo de formadores lleven a cabo, conducirán a los asistentes a la consecución de los objetivos propuestos:

- Favorecer las actitudes críticas del participante. Para ello lo situaremos delante de actividades y problemas que les obligue a participar directamente.
- Resolución de los casos prácticos aplicando los conocimientos recibidos.
- Utilización de técnicas de trabajo en grupo on-line, siempre que sea posible.
- Utilización, de forma práctica, del diferente material didáctico y técnico con soporte de recursos audiovisuales cuando sea preciso.
- Prevalecer la sensibilización sobre la problemática específica del sector agroalimentario por delante de la memorización.

Este programa formativo se estructura en:

- Materiales de estudio, que incluye el material didáctico con los contenidos a estudiar (serán distribuidos On-Line a través de la plataforma). Todos los módulos están en formato PDF, son de fácil manejo y comprensión con casos reales incorporados.
- e-Campus, es nuestra plataforma de e-learning cuyo objetivo es prestar un servicio personalizado a cada alumno. Éste podrá preguntar todas sus dudas, descargar documentación adicional, compartir opiniones con otros alumnos, etc.

- Tutorías, cada alumno tiene un tutor personal que le ayuda en su proceso de estudio. Se podrá acceder a las tutorías por email, foro personal del campus, teléfono y fax. Así mismo, se prevé que aprovechando las sesiones presenciales, se pueda dedicar regularmente una hora por sesión a consultas de los alumnos.
- Ejercicios y supuestos prácticos. El alumno deberá realizar una serie de ejercicios, supuestos y exámenes para obtener el Título o Diploma del Master. Cada unidad didáctica contiene una serie de ejercicios obligatorios a resolver por el alumno y a enviar al tutor. La tesina final de carácter obligatorio será un compendio de lo aprendido en el master.
- Sesiones presenciales. En ellas, los profesores dedicarán una gran parte del tiempo a exponer casos de empresas agroalimentarias, haciendo participar a los alumnos tanto en grupo como individualmente. Se prevén dos sesiones mensuales en horario de viernes tarde y sábado mañana cada una. Cada sesión tendrá como mínimo la exposición de dos casos.



# RESULTADOS ESPERABLES DEL MASTER

## 1. Para los trabajadores, socios-empleados, directivos y ejecutivos participantes:

- Cambios en el puesto de trabajo.
- Promoción en el puesto de trabajo.
- Mantenimiento de competencias profesionales.

Adaptación o ampliación de conocimientos, sin que ello implique cambios ni promoción del puesto de trabajo.

## 2. Para la empresa o actividad agroalimentaria:

- Incorporación de nuevas tecnologías.
- Cambios en la organización del trabajo.
- Mejora del clima laboral.
- Incorporación de los nuevos trabajadores a la cultura o modos de trabajo de las empresas.
- Abordar en mejores condiciones una estrategia de expansión de las empresas.
- Facilitar la reconversión de las empresas hacia otro tipo de actividades.
- Estar en mejores condiciones para prevenir dificultades o el cierre de las empresas.
- Abrir nuevos mercados y realizar contrataciones internacionales.
- Conocer las modalidades de financiación de las importaciones y de las exportaciones.

# EVALUACIONES Y TESIS

El sistema de evaluación del Master es continuo y se realiza a través del e-campus. Todas las evaluaciones se realizan íntegramente a distancia. Para la evaluación se tendrá en cuenta:

- Nota obtenida en los ejercicios de cada unidad didáctica.
- Nota obtenida en la tesina final del master. Al finalizar el curso se propone al alumno una tesina en la que aplicará los conocimientos adquiridos durante el Master. La tesina tiene una duración estimada de 30 horas de trabajo.
- Informe del tutor.

## CALENDARIO DE EJECUCIÓN Y LUGAR DE IMPARTICIÓN DEL MASTER:

El lugar de desarrollo presencial del Master será en la ciudad donde se pueda estimar oportuno.

Para su buen desarrollo y planificación se cuenta con la Dirección de GRUPO DFG en Extremadura, Doña M<sup>a</sup> José Nieto Ayuso, quien se encargará de organizar las sesiones presenciales, facilitar el material a los alumnos, etc.

La Coordinación del Master a Distancia se realizará desde la sede central de GRUPO DFG en Don Benito (Badajoz), a través del e-campus.

Se realizará una campaña de comunicación individualizada a empresas y Universidades desempeñada por la Delegada de GRUPO DFG en Extremadura, así como una campaña publicitaria a nivel prensa digital y escrita de difusión regional, Se organizará una sesión informativa previa al master.

Al acto académico de apertura del master asistirá la dirección de GRUPO DFG, y una representación de los tutores y profesores.

# TITULACIÓN

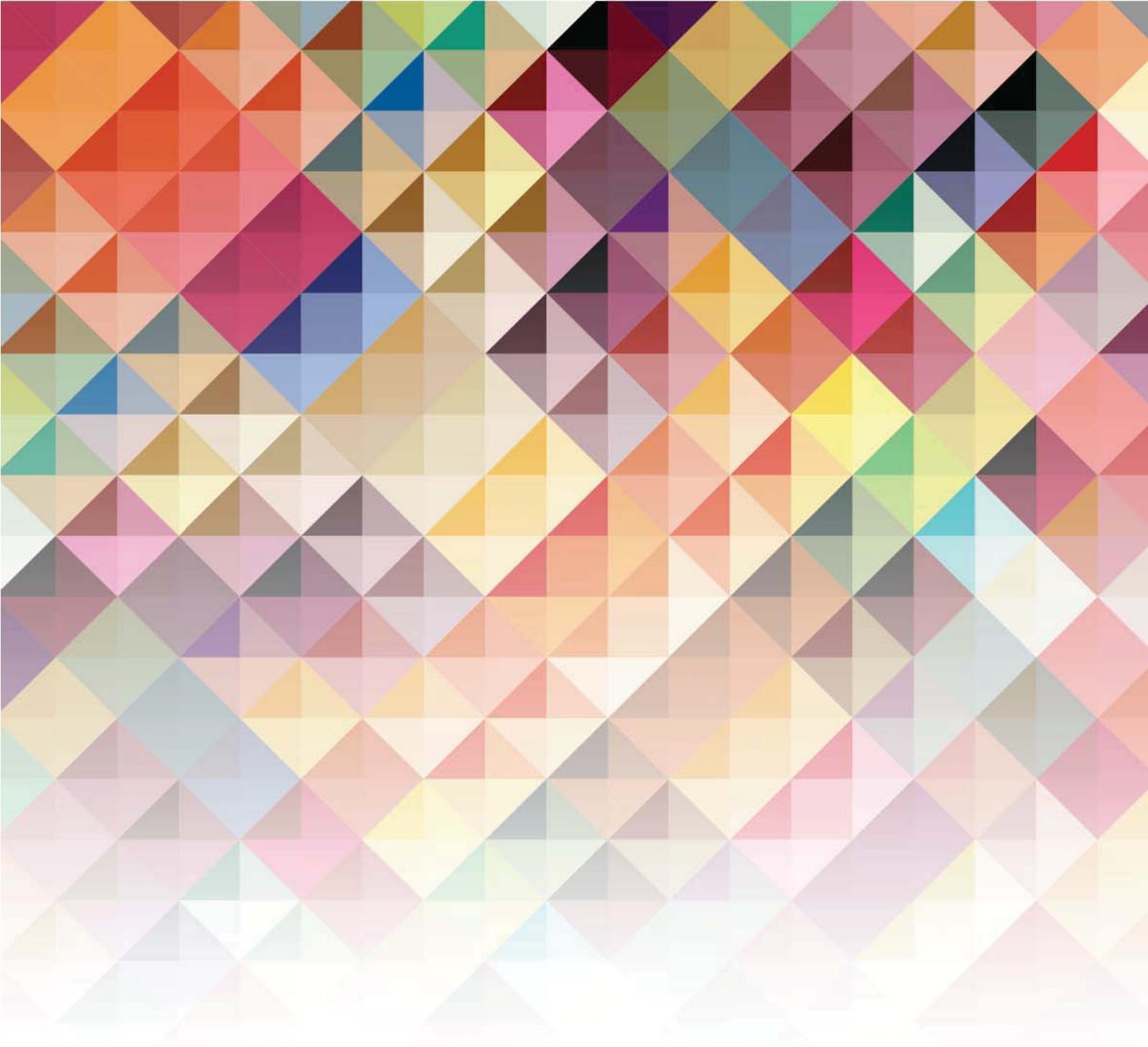
**Titulación:** los alumnos que superen los ejercicios, supuestos prácticos y la tesina propuestos obtendrán el título de “**MASTER GESTIÓN EMPRESAS AGROALIMENTARIAS (GLOBAL AGRIBUSINESS)**” HOMOLOGADO por el Centro SANTA ANA (adscrito a la UNIVERSIDAD DE EXTREMADURA)

Para la emisión del título de master es necesaria la presentación de una fotocopia compulsada del título de Estudios (no es necesario en el momento del inicio del Master).

# MEDIOS PERSONALES CON LOS QUE SE CUENTA

El proyecto cuenta con los siguientes medios:

- Administrador del ecampus: gestión de altas, modificaciones, soporte técnico al alumno, etc.
- Director de Estudios.
- Tutora principal y dinamizadora del ecampus: seguimiento y motivación de los alumnos.
- Tutor especialista en área agroalimentaria.
- Tutor especialista en global agribusiness.
- Coordinadora-comunicadora en Don Benito: Campaña de comunicación individualizada a empresas, Organización de sesión previa informativa en Don Benito y del acto de apertura del Master, coordinación de las clases presenciales, atención directa a los alumnos, entrega de materiales, etc.
- Secretaria: preparación de material, logística, atención telefónica etc.
- Profesores: los profesores que participarán en la actividad docente del master



FEVAL | Institución Ferial de Extremadura



Teléfono: 924 813 019 | Móvil. 657 801 834 | Calle Ayala, 1, 3ºB, Don Benito (Badajoz)  
[www.grupodfg.es](http://www.grupodfg.es) | [info@grupodfg.es](mailto:info@grupodfg.es)