

Impreso solicitud propuesta de estudios que requieren titulación universitaria de acceso
Universidad de Córdoba

Curso Académico 2024-2025

DATOS GENERALES Y DATOS ADMINISTRATIVOS					
Denominación del Estudio:					
CURSO DE EXPERTO UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN AGROALIMENTARIA					
Master en formación permanente Diploma de Especialización/Internado Diploma de Experto Universitario	Créditos ECTS:		Horas lectivas: (presenciales +aula virtual)		
	Créditos ECTS:		Horas lectivas: (presenciales +aula virtual)		
	Créditos ECTS:	15	Horas lectivas: (presenciales +aula virtual)		150
Distribución horaria:	Horas:		Teóricas		Prácticas
	Presenciales (múltiplos de 10)				36
	Trabajo autónomo del alumnado (Presenciales + Aula virtual) * 1,5				225
	Aula virtual (múltiplos de 10)		114		
	Prácticas externas (múltiplos de 25)				
Trabajo final ECTS:	3				
Dirección web:	https://www.uco.es/organiza/centros/cefem/index.php/formacion-permanente				
Periodo lectivo:	Comienza:	8 Noviembre 2024	Finaliza:	12 Abril 2025	
Nº máximo alumnado:	25	Nº mínimo alumnado:	12		
Periodo de preinscripción:		Periodo de matriculación:			
01/09/2024 a 30/09/24		14/10/24 a 25/10/24			
Tipo de enseñanza:	<input type="checkbox"/> Presencial <input checked="" type="checkbox"/> Semipresencial <input type="checkbox"/> A distancia o Virtual				
Sometido a Convenio:	<input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No				
Prácticas en empresas (si procede):	<input type="checkbox"/> Sí Tipo _____ <input checked="" type="checkbox"/> No				
Periodo de prácticas (si procede):	Comienza:		Finaliza:		
Idioma en el que se imparte la enseñanza:	ESPAÑOL				
Rama de conocimiento:					
Artes y Humanidades		<input checked="" type="checkbox"/>			
Ciencias		<input checked="" type="checkbox"/>			
Ciencias de la Salud		<input type="checkbox"/>			
Ciencias Sociales y Jurídicas		<input checked="" type="checkbox"/>			
Ingeniería y Arquitectura		<input checked="" type="checkbox"/>			

Universidad Coordinadora (si procede)	
Universidad de Córdoba	
Otras instituciones o entidades (si es un Estudio interuniversitario o con participación externa)	
Participación externa: <ul style="list-style-type: none"> - APAE - Asociación de Periodistas Agroalimentarios de España - Profesorado de Universidad San Jorge (USJ) - Profesorado de Universidad de Málaga (UMA) 	
Otros participantes (centros, departamentos, Institutos, empresas, etc.)	
ASOCIACIÓN DE PERIODISTAS AGROALIMENTARIOS DE ESPAÑA, APAE (CONVENIO)	
Órgano proponente (Centros, Departamentos, Institutos, Servicio Universitario, etc.). En el caso de ser un órgano colegiado debe presentarse certificación de su Secretario/a donde se indique en qué sesión se aprobó la oferta del Estudio)	
ETSIAM. Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica y de Montes	
Director/a académico/a:	
Rosa Gallardo Cobos (ETSIAM-UCO) y Elisa Plumed Lucas (APAE)	
Secretaría administrativa: (indicar dirección y datos de contacto)	
SECRETARÍA DE DIRECCIÓN ETSIAM. Paraninfo Edificio de Gobierno, 3º planta, derecha Campus Univ. de Rabanales Ctra. Madrid-Cádiz Km. 396 14071-Córdoba Tfno. 957218428 Fax 957218431 e-mail: infoetsiam@uco.es	
Lugar donde se desarrollarán las enseñanzas:	
UCO, Plataforma Virtual y Jornadas Prácticas de Campo.	
Precio público por matrícula: Mínimo 13,68€/ECTS	1.275, 00 euros
Precio público por apertura de expediente:	59,00 euros
Precio total del estudio: (matrícula + apertura de expediente).	1.334,00 euros
Pago fraccionado:	<input checked="" type="checkbox"/> sí nº pagos (max. 4) <u>2</u> <input type="checkbox"/> No
En caso de pago fraccionado indicar periodos de vencimientos:	1) Con la Matrícula - 2) 31/01/2025

ESTRUCTURA ACADÉMICA

JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

En este apartado se contextualizará el plan de estudios propuesto, argumentándose los siguientes aspectos:

- Relevancia del entorno académico, social y profesional que hace aconsejable la creación de dicho Estudio, con justificación en su caso de las necesidades de índole profesional, científica, técnica, social, artística o humanística a las que el Estudio atiende.
- Grupos de profesionales o egresados que podrían demandar estos estudios como complementos de formación, actualización o promoción laboral.
- Experiencias docentes universitarias previas en el ámbito académico-profesional del estudio propuesto.

El sector agroalimentario (producción, industria y comercialización de alimentos) es fundamental para la sociedad actual porque es quien le da de comer. Sin embargo, la emigración de la población a grandes núcleos urbanos, junto a la profesionalización del campo (con explotaciones también cada vez más grandes) y otros factores han llevado a que los ciudadanos desconozcan cómo se producen los alimentos que consumen.

Asimismo, aunque cada vez hay más información sobre el sector agroalimentario en los medios de comunicación, sigue siendo algo minoritaria, por ello se considera necesario una formación específica de los profesionales que se dedican a contar el agro, de forma habitual o esporádica, para poder analizar mejor la compleja actualidad agroalimentaria.

Por otra parte, internet y las redes sociales han democratizado la difusión de la información, que ya no se hace solo desde los medios de comunicación, sino también desde las empresas, instituciones y otras entidades. En este sentido este curso ofrece a los diferentes profesionales del sector primario la oportunidad de conocer las técnicas básicas de comunicación para transmitir mejor su mensaje.

De este modo, ampliando los conocimientos del emisor y del receptor en el sector agroalimentario, el resultado será una información más clara y precisa de la que se beneficiará toda la sociedad.

Presencia en el Plan Estratégico de la Universidad de Córdoba

Acción 123. Desarrollar convenios de colaboración con entidades sociales y solidarias.

Acción 141. Reforzar el plan de formación continua para la comunidad universitaria.

Estudio de demanda efectiva del estudio

El Curso de Experto en Comunicación Agroalimentaria se ha venido desarrollando desde 2017 en la Universidad San Jorge de la mano de la Asociación de Periodistas Agroalimentarios de España, APAE. Durante sus seis ediciones ha mantenido una media de unos 11 alumnos por edición, una cifra un tanto ajustada. A pesar de ello, desde APAE se es consciente de que la información del ámbito agroalimentario cada vez despierta un mayor interés entre los medios de comunicación, al tiempo que el sector primario es muy consciente de que tiene que comunicar más para conseguir un mayor reconocimiento de la sociedad. Aunque durante sus primeras seis ediciones el Curso de Experto en Comunicación Agroalimentaria se ha llevado a cabo desde la Facultad de Periodismo de la Universidad San Jorge, APAE considera que la comunicación especializada despertará un mayor interés a los alumnos desde la Universidad de Córdoba, ya que cuenta con una Escuela de Ingeniería Agronómica y de Montes muy relevante y una Facultad de Veterinaria de prestigio. Asimismo, de esta forma también se ofrece una formación en comunicación agro como ya ocurre en algunas universidades de Agronomía de Estados Unidos que entre su oferta formativa presentan "Agricultural Communications".

Adecuación del Estudio al nivel formativo de posgrado y relación con las enseñanzas oficiales de grado

El estudio propuesto es una excelente oportunidad para la especialización de estudiantes de grado de diferentes ámbitos del conocimiento, para acercarse a un sector estratégico como el agroalimentario que demanda perfiles capaces de comunicar eficazmente el importante papel que desempeña como proveedor de alimentos y otros bienes y servicios a la sociedad, contribuye al bienestar social y supone uno de los principales motores económicos del país.

No es necesaria una formación previa de grado muy especializada ya que las enseñanzas propuestas incluyen formación tanto del sector agroalimentario y sus ejes estratégicos, como sobre comunicación general, y particularizada para este sector.

Para ello cuenta con especialistas en ambos campos, con experiencia suficiente para formar adecuadamente a cualquier estudiante de grado interesado en la comunicación agroalimentaria.

Existencia de otros estudios afines en otras universidades nacionales o internacionales, destacando las ventajas competitivas del Estudio propuesto

Actualmente no existe ningún curso de formación universitaria sobre comunicación agroalimentaria a nivel español, lo que le convierte en un curso único en todo el país.

Integración en el mercado de trabajo que la nueva titulación puede generar

Realizar el curso de la mano de la Asociación de Periodistas Agroalimentarios de España, APAE, que es la organización que agrupa a gran parte de los periodistas y comunicadores del sector agroalimentario nacional ayuda a enfocarlo de una forma muy práctica de cara a la incorporación de los estudiantes al mercado de trabajo. APAE mantiene relaciones con los principales canales y medios de comunicación especializados en agroalimentación, que constituyen los potenciales empleadores de los egresados. Adicionalmente, las PYMES agroalimentarias, conscientes de la importancia de la comunicación de la excelencia de sus productos y servicios y de sus valores, vienen suponiendo un gran nicho de empleo para el perfil propuesto por la enseñanza.

En caso de enseñanzas integradas o modulares, explicar su planificación curricular e itinerarios curriculares (si procede)

El Curso de Experto en Comunicación Agroalimentaria integra dos tipos de formación: una específica sobre el sector agroalimentario español y los diferentes eslabones que lo integran (producción agraria, industria agroalimentaria y distribución de alimentos) y otra específica sobre la información y la comunicación. De este modo, el curso comienza con formaciones sobre periodismo especializado y comunicación corporativa, para luego, aproximarla a la información y comunicación especializada y al sector primario. La planificación curricular, dispuesta en módulos en consecutiva con los objetivos del curso y se detalla en profundidad en el Programa de Estudios.

CONVENIO DE COORGANIZACIÓN DEL ESTUDIO (solo para cursos con convenio)

MEMORIA EXPLICATIVA DE LA NECESIDAD Y OPORTUNIDAD DEL CONVENIO

La actual Asociación de Periodistas Agroalimentarios de España (APAE) tiene como principal objetivo velar por el desarrollo del periodismo agroalimentario en condiciones de reconocimiento y prestigio y, a su vez, contribuir al desarrollo agroalimentario. Fue fundada en 1933 y se disolvió en 1936, con el inicio de la Guerra Civil en 1936. En 1970 volvió a constituirse con el nombre de Asociación de Publicistas Agrarios, y en 1973 pasó a denominarse Asociación de Periodistas y Escritores Agrarios de España. Ya en 2007, y con el objetivo de relanzar sus actividades y centrarlas exclusivamente en el ejercicio de la profesión periodística, la asociación aprueba una reforma estatutaria en la que se define un nuevo perfil de asociado, se reescriben los objetivos y se adopta el nombre actual: Asociación de Periodistas Agroalimentarios de España, APAE. Actualmente cuenta con más de 170 socios y pueden ser miembros de la Asociación todas aquellas personas que desempeñen su actividad profesional principal en el ámbito del periodismo agroalimentario en cualquiera de sus manifestaciones: edición, dirección o redacción en medios de comunicación; dirección, redacción o ejecución de trabajos propios de gabinetes de prensa y comunicación. Los objetivos y el programa de los estudios propuestos y la naturaleza y fines de la asociación APAE están completamente alineados y justifican la necesidad y oportunidad del convenio.

INFORME SOBRE CARÁCTER NO CONTRACTUAL DEL CONVENIO Y DEL CUMPLIMIENTO DE LO PREVISTO EN LA LEY 40/2015 DE 1 DE OCTUBRE, DE RÉGIMEN JURÍDICO DEL SECTOR PÚBLICO.

En cumplimiento de lo previsto en la ley 40/2015 de 1 de octubre, de régimen jurídico del sector público, el convenio suscrito con , carece de carácter contractual del convenio por no tratarse de una prestación de servicios.

Adecuación del Estudio al nivel formativo de posgrado y relación con las enseñanzas oficiales de grado

Ya especificado anteriormente

Existencia de otros estudios afines en otras universidades nacionales o internacionales, destacando las ventajas competitivas del Estudio propuesto

Ya especificado anteriormente

En caso de enseñanzas integradas o modulares, explicar su planificación curricular e itinerarios curriculares (si procede)

Ya especificado anteriormente

ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

Promoción y difusión del Estudio

El Estudio será difundido a partir del mes siguiente a su aprobación por el Consejo de Gobierno de la Universidad de Córdoba. Los principales canales de promoción y difusión del estudio lo constituyen las redes sociales (RRSS) tanto de la asociación APAE como de la ETSIAM de la Universidad de Córdoba, así como las cuentas orgánicas generales y específicas sobre formación de la propia Universidad.

Se aprovechará la presencia de miembros de APAE o ETSIAM en eventos de carácter agroalimentario para promocionar los estudios.

Se realizarán campañas de mailing a contactos orgánicos de ambas entidades.

Requisitos académicos (*Titulación/es universitarias requeridas para el acceso al Estudio*)

Cualquier título de Grado o Licenciatura.

Criterios de admisión:

En el caso de que tras el periodo de preinscripción existan más solicitudes que plazas se seguirán los siguientes criterios de selección:

- Un 10% de las plazas irán destinadas a alumnos de la Universidad de Córdoba.
- Se valorará su relación directa con el sector y con los fines de APAE.
- Se valorará el CV y el interés por el curso.
- Se valorará la nota del expediente académico del título que ostente el/la solicitante.
- Se podrán mantener entrevistas con los/as solicitantes, con el objeto de valorar su preparación previa y su motivación sobre el curso

Información sobre convalidaciones y proceso de reconocimiento de créditos (*si procede*)

No procede

Becas de matrícula y sistema de concesión (*si procede*)

No procede

PLANIFICACIÓN DE LA ENSEÑANZA

Objetivos de aprendizaje que deben haber adquirido los estudiantes al finalizar este Estudio

- Facilitar la comprensión de la naturaleza productiva del sector agroalimentario.
- Familiarizar a los alumnos con los mercados de materias primas y productos elaborados, así como con la estructura empresarial del sector y el mundo de las marcas protegidas.
- Explicar de forma sencilla y comprensible los fundamentos de la Política Agraria Comunitaria (PAC), las políticas nacionales y autonómicas y otros aspectos de las mismas.
- Ofrecer conocimientos sobre la estructura, naturaleza y funcionamiento de la prensa agroalimentaria.
- Enseñar y poner en práctica técnicas y herramientas de comunicación aplicadas al ámbito agroalimentario.
- Ofrecer una visión de futuro sobre vectores fundamentales del sector.

Competencias generales y específicas que los estudiantes deben adquirir durante sus estudios, y que sean exigibles para otorgar el estudio (pueden consultarse en las Memorias y Guías de Grado)

- Entender y transmitir a la sociedad la naturaleza de la actividad agroalimentaria desde su origen, la producción de materias primas, hasta el final de la cadena, la comercialización de productos de alimentación.
- Comprender el funcionamiento de los mercados nacionales e internacionales, las relaciones que los diferentes operadores establecen entre sí y los intereses que alientan a unos y otros en la carrera por la conquista del consumo.
- Enfrentarse a la complejidad de las políticas agrarias con el objetivo no solo de comprender sus continuos cambios y múltiples puntos de vista, sino también de aplicarlas en sus respectivos ámbitos de trabajo o colaborar en la transmisión de sus contenidos hacia públicos especializados o no.
- Desenvolverse con naturalidad y eficacia en las relaciones informativas que se establecen entre los periodistas y sus fuentes y obtener el mayor rendimiento posible en el contexto agroalimentario.
- Optimizar los resultados de la comunicación que pueda establecer como emisor del sector agroalimentario y con diferentes públicos. Asimismo, para gestionar desde el punto de vista de la comunicación situaciones de crisis alimentarias.
- Planificar y desarrollar estrategias de comunicación en relación con productos y servicios del ámbito agroalimentario.
- Diseñar y poner en marcha procesos de gestión de la reputación corporativa.
- Desarrollar proyectos básicos en el ámbito del marketing y del comercio electrónico.
- Realizar análisis y previsiones sobre la situación del sector y su evolución en el futuro.

Programa de los estudios, calendario y horario: *(Se especificará claramente el horario previsto, distribuido diariamente o por bloques, añadiendo con todo detalle la distribución temporal y títulos de los temas, su carácter obligatorio u optativo, teórico o práctico, y el profesorado responsable de cada uno de ellos hasta completar el total respectivo de los créditos. En el caso de que parte o toda la docencia se realice de forma no presencial se indicará el sistema de tutorías que, obligatoriamente, se dotará para soporte del curso, especificando vías de comunicación profesor-estudiante; tipo de actividades concretas que, de forma obligatoria, desarrollará el alumnado como trabajos complementarios al contenido del curso, y sistemas de evaluación de los mismos)*

A) CLASES VIRTUALES SÍNCRONAS TEÓRICAS Y TRABAJO PERSONAL DE LOS ESTUDIANTES PARA CADA ASIGNATURA, ORGANIZADAS EN 6 MÓDULOS

MODULO	ASIGNATURA	CLASE	TRABAJO PERSONAL ESTUDIANTE	PROFESORADO
		VIRTUAL TEÓRICO	PRÁCTICO	
MODULO 1 FUNDAMENTOS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN	Retórica y comunicación periodística en el espacio público.	2	3	MIGUEL ANGEL MAINAR (APAE)
	La comunicación audiovisual: naturaleza, estructura y procesos.	2	4	ELENA CAPAPE (USJ)
	Introducción a la portavocía en medios audiovisuales	2	5	JORGE SAN MARTIN (USJ)
	El periodismo especializado: particularidades	4	5	JORGE RODRIGUEZ (USJ)
	Fundamentos de comunicación corporativa	4	5	JOSE JUA VERON (USJ)
	Ética de la comunicación especializada	2	3	JOSE JUAN VERON (USJ)

	SESIÓN CON ANTIGUOS ALUMNOS	2	0	ELISA PLUMED (APAE)
		18	25	
MÓDULO 2: : PERIODISMO Y COMUNICACIÓN ESPECIALIZADOS. INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN AGROALIMENTARIA	La información agroalimentaria	2	2	JORGE JARAMILLO (APAE)
	Medios agroalimentarios	2	2	ELISA PLUMED (APAE)
	Comunicación agroalimentaria. El departamento de comunicación en la empresa agroalimentaria	3	7	MIGUEL ANGEL MAINAR (APAE)
	Información y comunicación de crisis	2	8	MIGUEL ANGEL MAINAR (APAE)
	Temas informativos recurrentes	7	6	ADOLFO PEÑA ACEVEDO (UCO)
	COMUNICACIÓN INTERNA	2	0	ELISA PLUMED (APAE)
			18	25
Módulo 3: INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN AGRARIA	El sector agroalimentario como vector económico.	2	4	JAVIER CALATRAVA LEYVA (UCO)
	La Política Agraria Común (PAC).	4	9	ROSA GALLARDO COBOS (UCO)
	Las guerras del agua y su tratamiento informativo.	2	2	JOSE JUA VERON (USJ)
	Situación productiva de España	4	6	FRANCISCO MÁRQUEZ GARCÍA (Agro) Y FRANCISCO MAROTO MOLINA (Ganadería) (UCO)
	Organismos, competencias y comunicación.	2	3	JORGE JARAMILLO (APAE)
	Organizaciones del sector y comunicación	2	3	ELISA PLUMED (APAE)
	SESIÓN AEPLA Y LOBBIES	2	0	ELISA PLUMED (APAE)
			18	25
MÓDULO 4: INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN LA INDUSTRIA ALIMENTARIA	Una figura clave: el portavoz.	4	6	JORGE SAN MARTIN (USJ)
	La industria alimentaria y la producción de alimentos.	3	5	M ^º JOSÉ DE LA HABA DE LA CERDA (UCO)
	La figura de la cooperativa en el sector agroalimentario	3	5	AMALIA HIDALGO FERNÁNDEZ (UCO)
	El sector agroalimentario y la vertebración del territorio	3	7	PEDRO SÁNCHEZ ZAMORA (UCO)
	La comunicación del patrimonio alimentario	2	4	MACARIO RODRIGUEZ (UCO)
	Informar sobre alimentación y salud	1	2	LAURA CAORSI (APAE)
	EJEMPLO ESTRATEGIA COMUNICACIÓN (ORIVA)	2	0	ELISA PLUMED (APAE)
			18	25
MÓDULO 5: INFORMAR, COMUNICAR Y VENDER	Sistemas de distribución alimentaria	2	7	LILIANA REINA USUGA (UMA)
	Mercados agroalimentarios y globalización	2	4	JAIME PALAFOX (APAE)

	Herramientas de comunicación aplicadas al mercado	7	10	MIGUEL ANGEL MAINAR/ OSCAR MOZÚN/ ISRAEL CORONADO (APAE)
	Introducción al protocolo	2	2	JOSE LUIS ANGOY (APAE)
	Agroalimentación y nuevas tecnologías.	2	2	BEATRIZ ROMANOS (APAE)
	SESION INFORMATIVA TRABAJO FIN DE CURSO			
		13	25	
MÓDULO: TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN	Estrategias de comunicación digital:Marketing SEO / SEM	2	3	ANTONIO LITE (USJ)
	Estrategias de comunicación digital: Email marketing.	2	3	ANTONIO LITE (USJ)
	Estrategias de comunicación digital:Análítica web.	2	3	ANTONIO LITE (USJ)
	Transformación digital y comunicación agroalimentaria.	2	2	RUBEN VILLANUEVA (APAE)
	Estrategias de comunicación digital: Marketing de contenidos.	2	3	GRETA NAVARRO (USJ)
	Estrategias de comunicación digital:Social Media Marketing.	2	3	GRETA NAVARRO (USJ)
	Inteligencia artificial y planteamientos del periodismo	2	4	ALAIN UCEDA (USJ)
	Digitalización agroalimentaria	4	4	ADOLFO PEÑA ACEVEDO (UCO)
		18	25	

B) ENCUENTROS PROFESIONALES PRÁCTICAS Y TUTORÍAS VIRTUALES SÍNCRONAS, ORGANIZADAS EN 6 MÓDULOS

CURSO EXPERTO EN COMUNICACIÓN AGROALIMENTARIA (imparte APAE)		ENCUENTROS	Tutorías
MÓDULO I	Fundamentos de la Información y la Comunicación	6 horas	1 hora
MÓDULO II	Periodismo y Comunicación Especializados. Información y Comunicación Agroalimentaria	6 horas	1 hora
MÓDULO III	Información y Comunicación de la Producción Agraria	6 horas	1 hora
MÓDULO IV	Información y Comunicación en la Industria Alimentaria	6 horas	1 hora
MÓDULO V	Informar, Comunicar y Vender	6 horas	4 horas
MÓDULO VI	Tecnologías de la Comunicación, redes sociales y e-commerce	6 horas	1 hora
TOTAL		36 horas	9 horas

C) TRABAJO FIN DE CURSO. TRABAJO PERSONAL DE LOS ESTUDIANTES: 75 horas.

D) RESUMEN HORAS (y Porcentaje) por ENTIDAD.

	UCO	USJ	UMA	APAE	Total
HORAS Presenciales+Aula Virtual+Trabajo Alumno	76,00	75,00	9,00	140,00	300,00
HORAS Trabajo Fin de Curso	20,00	10,00		45,00	75,00
HORAS TOTALES	96,00	85,00	9,00	185,00	375,00
Porcentaje	25,60%	22,67%	2,40%	49,33%	
Total Porcentaje Universidades/Otros	50,67%			49,33%	

D) CALENDARIO DETALLADO.

Noviembre 2024							DIA	MATERIA
L	M	X	J	V	S	D		
				1	2	3	8	ENCUENTRO PROFESIONAL MODULO 1
							12	Retórica y comunicación periodística en el espacio público.
							13	La comunicación audiovisual: naturaleza, estructura y procesos.
4	5	6	7	8	9	10	14	Introducción a la portavocía en medios audiovisuales
11	12	13	14	15	16	17	19	El periodismo especializado: particularidades
18	19	20	21	22	23	24	20	El periodismo especializado: particularidades
25	26	27	28	29	30		21	Fundamentos de comunicación corporativa
							26	Fundamentos de comunicación corporativa
							27	Ética de la comunicación especializada
							28	SESIÓN CON ANTIGUOS ALUMNOS
Diciembre 2024								
L	M	X	J	V	S	D		
						1	3	La información agroalimentaria
							4	Medios agroalimentarios
2	3	4	5	6	7	8	5	Comunicación agroalimentaria. Comunicación en la empresa agroalimentaria
9	10	11	12	13	14	15	10	Comunicación agroalimentaria. Comunicación en la empresa agroalimentaria
16	17	18	19	20	21	22	11	Información y comunicación de crisis
23	24	25	26	27	28	29	12	Temas informativos recurrentes
30	31						17	Temas informativos recurrentes
							18	Temas informativos recurrentes
							19	COMUNICACIÓN INTERNA
<i>*Al ser diciembre un mes complicado, el encuentro profesional de este módulo se hará más adelante</i>								
Enero 2025								
L	M	X	J	V	S	D		
		1	2	3	4	5	14	El sector agroalimentario como vector económico.
							15	La Política Agraria Común (PAC).
							16	La Política Agraria Común (PAC).
6	7	8	9	10	11	12	18	ENCUENTRO PROFESIONAL MODULO 2
13	14	15	16	17	18	19	21	Las guerras del agua y su tratamiento informativo.
20	21	22	23	24	25	26	22	Situación productiva de España
27	28	29	30	31			23	Situación productiva de España
							28	Organismos, competencias y comunicación.
							29	Organizaciones del sector y comunicación
							30	SESIÓN AEPLA Y LOBBIES
Febrero 2025								
L	M	X	J	V	S	D		
					1	2	4	Una figura clave: el portavoz.
							5	Una figura clave: el portavoz.
3	4	5	6	7	8	9	6	La industria alimentaria y la producción de alimentos.
10	11	12	13	14	15	16	8	ENCUENTRO PROFESIONAL MODULO 3
17	18	19	20	21	22	23	11	La industria alimentaria y la producción de alimentos./ La figura de la cooperativa
24	25	26	27	28			12	La figura de la cooperativa en el sector agroalimentario
							13	El sector agroalimentario y la vertebración del territorio
							18	El sector agroalimentario y la vertebración del territorio/ Informar sobre alimentación y salud
							19	La comunicación del patrimonio alimentario
							20	EJEMPLO ESTRATEGIA COMUNICACIÓN (ORIVA)
Marzo 2025								
L	M	X	J	V	S	D		
					1	2	25	Sistemas de distribución alimentaria
							26	Mercados agroalimentarios y globalización
3	4	5	6	7	8	9	27	Herramientas de comunicación aplicadas al mercado
10	11	12	13	14	15	16	4	Herramientas de comunicación aplicadas al mercado
17	18	19	20	21	22	23	5	Herramientas de comunicación aplicadas al mercado
24	25	26	27	28	29	30	6	Herramientas de comunicación aplicadas al mercado
31							8	ENCUENTRO PROFESIONAL MODULO 4
							11	Introducción al protocolo
							12	Agroalimentación y nuevas tecnologías.
							13	SESION INFORMATIVA TRABAJO FIN DE CURSO
Abril 2025								
L	M	X	J	V	S	D		
	1	2	3	4	5	6	18	Marketing SEO / SEM
							19	Email marketing.
							20	Analítica web.
7	8	9	10	11	12	13	25	Transformación digital y comunicación agroalimentaria.
14	15	16	17	18	19	20	26	Marketing de contenidos.
21	22	23	24	25	26	27	27	Social Media Marketing.
28	29	30					28	ENCUENTRO PROFESIONAL MODULO 5
							1	Inteligencia artificial y planteamientos del periodismo
							2	Digitalización agroalimentaria
							3	Digitalización agroalimentaria
							12	ENCUENTRO PROFESIONAL MODULO 6

- MES DE MAYO 2025. Elaboración del Trabajo Fin de Curso.
- 6 de JUNIO 2025. Primera Convocatoria presentación Trabajo Fin de Curso.
- 4 de JULIO 2025. Segunda Convocatoria presentación Trabajo Fin de Curso.

METODOLOGÍA DOCENCIA VIRTUAL SÍNCRONA

La metodología educativa tratará de interrelacionar la transmisión de informaciones con el análisis y la resolución de cuestiones prácticas, con el fin de fomentar una construcción significativa de conocimientos docentes. Las estrategias docentes tratarán de integrar la información dirigida, la adquisición de conceptos, el desarrollo de procedimientos y el análisis de situaciones prácticas, con objeto de favorecer el aprendizaje activo y participativo, fomentar la reflexión crítica y las actitudes positivas, para estimular la elaboración de conclusiones propias.

El método de enseñanza en este curso se apoya en el uso de plataformas virtuales. En la plataforma Moodle de la UCO se dispondrá todo el material necesario para el seguimiento de las clases virtuales síncronas y la realización del trabajo práctico de los estudiantes. Las sesiones virtuales síncronas serán realizadas a través de la plataforma WEBEX.

La docencia virtual síncrona permitirá la interacción en vivo entre los estudiantes y el profesorado, que proporcionará en cada sesión las instrucciones necesarias para completar el trabajo personal de los estudiantes.

TRABAJO FIN DE CURSO

El/la estudiante deberá realizar, presentar y defender individualmente un ejercicio original que sintetice las competencias adquiridas en las enseñanzas, y/o se pongan de manifiesto conocimientos adecuados y capacidad para desarrollar y aplicar las funciones de la comunicación agroalimentaria en el entorno profesional. Contarán con un/a Director/a de TFC (profesor/a del Curso) y será defendido públicamente ante tres miembros de los cuáles uno será un experto externo al máster. Se potenciará la realización de TFC para resolver CASOS REALES de interés para las empresas y posean carácter INNOVADOR y aborden temas de ACTUALIDAD. Se establecen dos llamamientos para la presentación del TFC, según se fija en el calendario. 3 ECTS

Trabajo autónomo del alumnado (*informar de qué manera completará el alumnado las horas correspondientes al trabajo autónomo*)

Los estudiantes deberán completar todas las actividades y tareas propuestas en cada una de las materias y módulos que comprenden análisis bibliográfico y documental, desarrollo de informes temáticos y estudio personal y la resolución de casos prácticos. Todo el trabajo personal del alumnado, que ha sido cuantificado en esfuerzo en el programa detallado, será evaluado en cada materia individualizadamente.

Las actividades y tareas concretas se propondrán en cada asignatura en la plataforma Moodle, especificándose el contenido y la fecha de entrega. Todas las actividades tendrán carácter obligatorio.

Estructura y organización del plan de estudios (*obligatorio en caso de Másteres Propios*) (*Incluir al final el TFM*)

Materia	Asignatura	Tipo	Cred. ECTS	Periodo de impartición	Prof. coordinador
No procede					

Prácticas en empresa u otros centros o entidades participantes (*si procede*)

No procede

Formas de control de asistencia:

Control de asistencia mediante firma o registro en sesión online.

Tipo de evaluación (diferenciando la evaluación de la parte presencial y la no presencia):

Evaluación de clases mediante tests finales y trabajos monográficos en cada módulo. Informe final tareas no presenciales. Trabajo Fin de Curso.

ORGANIZACIÓN ACADÉMICA

Dirección:

Nombre y apellidos:	Rosa Mª Gallardo Cobos	N.I.F.:	30531500N
Categoría profesional:	Catedrática de Universidad	Titulación:	Dra. Ingeniero Agrónomo
Departamento:	Economía, Sociología y Política Agraria	Teléfono:	957218544
E-mail:	rosagallardo@uco.es	Fax:	

Dirección:

Nombre y apellidos:	Elisa Plumed Lucas	N.I.F.:	18432296G
Categoría profesional:	Periodista	Titulación:	Licenciada en Ciencias de la Información
Departamento:	APAE	Teléfono:	639810578
E-mail:	elisaplumed@lacriba.net	Fax:	

Responsables para otras universidades participantes (si procede):

Nombre y apellidos:		N.I.F.:	
Categoría profesional:		Titulación:	
Departamento:		Teléfono:	
E-mail:		Fax:	

Comisión Académica (obligatorio en el caso de Másteres Propios) (En la primera posición figurará la dirección)

Nombre y Apellidos	Universidad o Empresa	Área de Conocimiento
No procede		

Comisión de Garantía de Calidad

Nombre y Apellidos	Universidad o Empresa	Área de Conocimiento
Rosa Mª Gallardo Cobos	UCO	Enonomía, Sociología y Política Agraria
Adolfo Peña Acevedo	UCO	Proyectos de Ingeniería
Elisa Plumed Lucas	APAE	-
Un estudiante elegido por el colectivo de matriculados	Estudiantado	-

Profesorado

En el caso de los estudios que requieren titulación universitaria de acceso,, al menos el 50 % de la docencia deberá estar a cargo de profesorado universitario. En el caso de los Másteres, al menos la mitad de la docencia deberá ser impartida por Doctores. Se requiere además que un 25 % de la docencia esté a cargo de profesorado de la UCO.

El profesorado de la UCO no podrá impartir en enseñanzas propias más de 10 ECTS por curso académico.

Nombre y apellidos	Titulación (*)	Categoría profesional, Universidad u Organismo de procedencia	Nº de horas que impartirá	Retribución
JOSE JUAN VERON	Doctor en Comunicación	UNIVERSIDAD SAN JORGE	8	640,00 €

JORGE RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ	Doctor en Comunicación	UNIVERSIDAD SAN JORGE	4	320,00 €
ELENA CAPAPE	Doctora en Comunicación	UNIVERSIDAD SAN JORGE	2	160,00 €
ANTONIO LITE	Licenciado en Periodismo	UNIVERSIDAD SAN JORGE	6	480,00 €
GRETA NAVARRO	Licenciada en Periodismo	UNIVERSIDAD SAN JORGE	4	320,00 €
JORGE SAN MARTIN	Licenciado en Periodismo	UNIVERSIDAD SAN JORGE	6	480,00 €
MIGUEL ANGEL MAINAR	Periodista	APAE	10	800,00 €
ELISA PLUMED	Periodista	APAE	12	960,00 €
JORGE JARAMILLO	Periodista	APAE	4	320,00 €
BEATRIZ ROMANOS	Periodista	APAE	2	160,00 €
OSCAR MOZÚN	Licenciado en Veterinaria. Publicista	APAE	2	160,00 €
LAURA CAORSI	Licenciada en Periodismo	APAE	1	80,00 €
RUBÉN VILLANUEVA	Licenciado en Periodismo	APAE	2	160,00 €
ISRAEL CORONADO	Licenciado en Comunicación Audiovisual	APAE	2	160,00 €
JOSÉ LUIS ANGOY	Licenciado en Filosofía y letras. Protocolo	APAE	2	160,00 €
JAIME PALAFOX	Licenciado en Ciencias Económicas	APAE	2	160,00 €
ALAIN UCEDA	Licenciado en Geografía e Historia.	APAE	2	160,00 €
ROSA GALLARDO COBOS	Dra. Ingeniero Agrónomo	CU, UNIV ERSIDAD DE CORDOBA	4	320,00 €
ADOLFO PEÑA ACEVEDO	Dr. Ingeniero Agrónomo	TU, UNIV ERSIDAD DE CORDOBA	11	880,00 €
FRANCISCO MÁRQUEZ GARCÍA	Dr. Ingeniero Agrónomo	P. ASOCIADO, UNIVERSIDAD DE CORDOBA	2	160,00 €
FRANCISCO MAROTO MOLINA	Dr. Ingeniero Agrónomo	PAD, UNIV ERSIDAD DE CORDOBA	2	160,00 €
Mª JOSÉ DE LA HABA DE LA CERDA	Dra. Ingeniero Agrónomo	TU, UNIV ERSIDAD DE CORDOBA	3	240,00 €
AMALIA HIDALGO FERNÁNDEZ	Dra. Ciencias Económicas	TU, UNIV ERSIDAD DE CORDOBA	3	240,00 €
PEDRO SÁNCHEZ ZAMORA	Dr. Ingeniero Agrónomo	TU, UNIV ERSIDAD DE CORDOBA	3	240,00 €
MACARIO RODRIGUEZ	Dr. Licenciado en Ciencias Ambientales	TU, UNIV ERSIDAD DE CORDOBA	2	160,00 €
JAVIER CALATRAVA LEYVA	Dr. Ingeniero Agrónomo	CU, UNIV ERSIDAD DE CORDOBA	2	160,00 €
LILIANA REINA USUGA	Dra. en Desarrollo Rural Sostenible	PAD, UNIV ERSIDAD DE MÁLAGA	2	160,00 €

Incluir breve CV de cada profesor destacando sus líneas de investigación y experiencia docente y profesional.

ROSA GALLARDO COBOS. Dra. Ingeniera Agrónoma, Catedrática de la ETSIAM de la Universidad de Córdoba. Cuenta con 25 años de experiencia docente, profesional e investigadora en el ámbito de la economía y política agraria, y del desarrollo rural. Es directora de la Escuela Técnica Superior de Ingeniería agronómica y de Montes de la Universidad de Córdoba y Directora del Master en Estrategias para el Desarrollo Rural y Territorial de esta Universidad.

ADOLFO PEÑA ACEVEDO. Dr. Ingeniero Agrónomo, Profesor Titular de ETSIAM la Universidad de Córdoba con 32 años de experiencia docente, profesional e investigadora en los campos de los proyectos de ingeniería, la hidrología y los recursos naturales (agua, suelo), los sistemas agrarios y la digitalización del sector agroalimentario. Director de la Cátedra universitaria DATAGRI-UCO.

FRANCISCO MÁRQUEZ GARCÍA. Dr. Ingeniero Agrónomo, Profesor Asociado de la Universidad de Córdoba y responsable técnico de la finca del Campus de Rabanales. Ha participado en numerosos proyectos nacionales e internacionales en los últimos 15 años, en el ámbito de la producción agrícola, la mecanización, la agricultura de conservación y la modelización predictiva.

FRANCISCO MAROTO MOLINA. Dr. Ingeniero Agrónomo, Profesor Ayudante Doctor de la Universidad de Córdoba. Ha participado en numerosos proyectos nacionales e internacionales en los últimos 17 años, en el ámbito de la producción animal y la seguridad alimentaria usando técnicas NIRS. Está especializado en la monitorización de sistemas ganaderos usando tecnologías de seguimiento mediante sistemas de posicionamiento y procesamiento en nube para apoyar a la toma de decisiones en su alimentación, sanidad y comportamiento, basado en datos..

M^a JOSÉ DE LA HABA DE LA CERDA. Dra. Ingeniera Agrónoma, Profesora Titular de ETSIAM la Universidad de Córdoba con 25 años de experiencia docente, profesional e investigadora en los campos de los la industria agroalimentaria, los sistemas de calidad y los procesos industriales de alimentos.

AMALIA HIDALGO FERNÁNDEZ. Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales y Doctora por la Universidad de Córdoba con 15 años de experiencia docente e investigadora en el ámbito de la valoración económica de recursos naturales, el turismo, la responsabilidad social corporativa, y la economía social y el cooperativismo.

MACARIO RODRÍGUEZ ENTRENA. Licenciado en Ciencias Ambientales por la Universidad de Granada y Doctor por la Universidad de Córdoba con 14 años de experiencia docente e investigadora en el ámbito de la evaluación de la sostenibilidad de los sistemas agrarios y provisión de bienes públicos y el análisis del comportamiento y las preferencias de agricultores y consumidores.

PEDRO SÁNCHEZ ZAMORA. Dr. Ingeniero Agrónomo, Profesor Titular de la ETSIAM de la Universidad de Córdoba. Cuenta con 14 años de experiencia docente, profesional e investigadora en el ámbito de la economía y política agraria, y del desarrollo rural. Es codirector del Máster en Estrategias para el Desarrollo Rural y Territorial de la Universidad de Córdoba.

JAVIER CALATRAVA LEYVA. Dr. Ingeniero Agrónomo, Catedrático de Universidad de la Universidad de Córdoba. Cuenta con larga experiencia docente, profesional e investigadora en el ámbito de la Economía agrícola y de los recursos, la Política agrícola, el Análisis de eficiencia y la gestión de recursos hídricos.

LILIANA REINA USUGA. Graduada en Administración de Empresas por la Universidad Nacional de Colombia y Doctora en desarrollo rural sostenible por la Universidad de Córdoba con 14 años de experiencia docente e investigadora en el ámbito de la comercialización alimentaria, la sostenibilidad y la gobernanza participativa.

JOSE JUAN VERÓN. Doctor en Periodismo y Comunicación..Director del Grado en Periodismo de la Facultad de Comunicación y Ciencias Sociales. Profesor de Periodismo Especializado I, Producción Periodística, Prácticas en Empresas y Sistemas Políticos Contemporáneos. Forma parte de la junta directiva del Colegio de Periodistas de Aragón y pertenezco a organizaciones como la Asociación de Periodistas de Información Ambiental (APIA), el Centro de Estudios Bilbilitanos, la Asociación de Amigos de la Celtiberia o la Sociedad Española de Ornitología.

JORGE RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ. Doctor en Comunicación por la Universidad de Navarra. Profesor e investigador del Grado en Periodismo en la Universidad San Jorge. Profesor de: Comunicación Escrita, Géneros Periodísticos, Periodismo Especializado II (Periodismo de Investigación) y Habilidades Comunicativas.

ELENA CAPAPE Doctora en Comunicación y docente del Grado en Comunicación Audiovisual de la Universidad San Jorge. Su línea de investigación está centrada en el ámbito audiovisual, las nuevas tecnologías y la gestión de medios y se enmarcan en el trabajo del grupo Cultural and Audiovisual Communication Research Group.

ANTONIO LITE Licenciado en Ciencias de la Información, Actualmente es coordinador del Diploma en Competencias Digitales y Co-Director del título de Experto en Información y Comunicación Transmedia para Redacciones y Entornos Digitales. Especializado en comunicación digital, optimización y posicionamiento de contenidos, analítica web y comercio electrónico. Experto en optimización y posicionamiento de sitios web en ruso. Yandex.Metrica Expert.

GRETA NAVARRO. Profesora de Publicidad Audiovisual, Coolhunting, Liderazgo y desarrollo personal, Interactive Advertising, Retail Marketing, Módulo en Comunicación Digital en título de Experto en Comunicación Agroalimentaria y Módulo en Comunicación Transmedia para redacciones y entornos digitales.

JORGE SAN MARTIN. Profesor de Periodismo de la Universidad San Jorge de Zaragoza, responsable del Área Digital de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión y colaborador de Aragón Radio. Antes, fue presentador de Deportes de Aragón TV durante doce años y redactor de Herado de Aragón y Cadena Cope (en Zaragoza) y de Marca y Onda Cero (en Madrid). Actualmente, doctorando en la Universidad de Zaragoza.

MIGUEL ANGEL MAINAR. Periodista especializado en información y comunicación corporativa y agroalimentaria con más de 30 años de trayectoria. Ha trabajado en el Gobierno de Aragón, en el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, ha sido presidente de la Asociación de Periodistas Agroalimentarios de España y docente en diversos cursos, entre ellos el de Comunicación Agroalimentaria.

ELISA PLUMED. Periodista agroalimentaria, ha trabajado durante 15 años en un periódico especializado y desde hace más de 10 realiza labores periodísticas y de comunicación en el ámbito agroalimentario. Actualmente es presidenta de la Asociación de Periodistas Agroalimentarios de España y ha sido docente y codirectora del Curso de Experto en Comunicación Agroalimentaria.

JORGE JARAMILLO. Jorge Jaramillo, periodista de Castilla-La Mancha Media especializado en información agroalimentaria cuenta con un espacio en televisión llamado El Campo y es el responsable del espacio radiofónico A Pie de Campo que Castilla-La Mancha Media Radio. Cuenta en su haber con más de 10 premios de instituciones como el Parlamento Europeo, el Ministerio de Agricultura, y de organizaciones agrarias y cooperativas de la comunidad y de otras regiones, en reconocimiento a su calidad informativa, su rigor, y a la atención que presta al sector.

BEATRIZ ROMANOS. Periodista y coach de innovación especializada en el área de Food Tech y Food Innovation y autora del libro "Foodtech: la gran revolución de la industria alimentaria" (LID Editorial). Colabora con startups empresas y organizaciones del sector de la alimentación y restauración ayudándoles en sus procesos de innovación para crear nuevos productos, servicios o modelos de negocio.

LAURA CAORSI. Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Católica del Uruguay (UCU) y un máster en Periodismo Multimedia por la Universidad del País Vasco (UPV/EHU). Es periodista y editora especializada en temas de alimentación, nutrición y salud.

RUBEN VILLANUEVA. Licenciado en Periodismo, es responsable de Comunicación de la organización agraria COAG y jefe de prensa foro DATAGRI.

OSCAR MOZÚN. Licenciado en Veterinaria en la especialidad de Producción animal y economía agraria con grado de Experto en Marketing agroalimentario por la UCM de Madrid. desde hace 10 años es Global Strategy Director de TACTICS EUROPE, THE TACTICS GROUP ® una de las principales agencias independientes españolas experta en comunicación agroalimentaria.

JOSÉ LUIS ANGOY. Licenciado en Filosofía y Letras. Jefe de Protocolo de la Diputación de Zaragoza (desde 1994 hasta ahora). Miembro fundador del Observatorio Profesional de Protocolo y Eventos (OPPE).

ISRAEL CORONADO. Licenciado en Comunicación Audiovisual, Comunicación audiovisual. Es director genera en The Hive, productora audiovisual con experiencia en el sector agroalimentario.

JAIME PALAFOX. Licenciado en Ciencias Económicas por la Universidad de Valencia y PDG por el IESE. Desde 1995 a 2016 desempeñó diversos puestos en la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB), siendo director de Asuntos Económicos e Internacionalización.

ALAIN UCEDA. Licenciado en Geografía e Historia. Experto en comunicación estratégica. Profesor del RTVE Instituto.

Relación de expertos, a ser posible de otras universidades, a las que se podría consultar en caso de querer verificar algunos extremos de la memoria académica

Nombre y apellidos	Universidad/ empresa	Categoría profesional
CARMEN MARTA LAZO (cmarta@unizar.es)	UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA	CATEDRÁTICA DE PERIODISMO
SANTIAGO TEJEDOR CALVO (Santiago.Tejedor@uab.cat)	UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BARCELONA	DOCTOR EN PERIODISMO Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

RECURSOS DE APRENDIZAJE

en este apartado se relacionarán las infraestructuras y equipamientos a utilizar (aularios, TIC, laboratorios, bibliotecas, recursos documentales, etc.). **La disponibilidad de dicha infraestructura deberá ser documentada mediante VºBº de la unidad responsable de la misma**, que deberá acompañarse a la propuesta del curso. Los cursos organizados en modalidad virtual, deberán indicar, necesariamente, la plataforma o medios técnicos que darán soporte a la enseñanza (plataforma virtual, páginas web, material informático, etc.::

USO DE LA PLATAFORMA VIRTUAL UCO MOODLE/ CTP (CURSOS Y TÍTULOS PROPIOS)

CONVENIOS CON EMPRESAS PARA LA REALIZACIÓN DE PRÁCTICAS EXTERNAS (si procede)

Razón social	CIF	Nombre y apellidos del responsable	DNI del responsable	Contacto (teléfono y e-mail)
No procede				

SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

Se aplicará el SGC que se estipule por el Sistema Interno de GC de Ucontinua.

ESTUDIO DE VIABILIDAD ECONÓMICA

INGRESOS

Conceptos:	Importes:
Por matrículas (nº mínimo estudiantes 12 x importe de matrícula (sin incluir el precio público por apertura de expediente)_1.275 euros_____	15.300,00 €
Por subvención de la empresa u organismos (relacionar los nombres de cada subvencionador y el importe de cada subvención)	
Otros ingresos (especificar)	
Remanentes de ediciones anteriores:	
Total ingresos	15.300,00 €

⁽¹⁾ Los ingresos de matrícula se efectuarán en el Banco de Santander con el abonaré que obtiene cada estudiante/a tras el proceso de matriculación.

GASTOS

Conceptos:	Importes:
Profesorado. Clases teóricas y prácticas. ⁽¹⁾	8.400,00 €
Profesorado. Dirección Trabajo Fin de Curso ¹⁾	1.440,00 €
Conferencias ⁽²⁾ (indicar nombre, apellidos y retribución de cada conferenciante)	

