**ESTIÓN DE LA CALIDAD Y GESTIÓN AMBIENTAL EN LA INDUSTRIA ALIMENTARIA.**

**CFGS VITIVINICULTURA.**

**JUAN JOSÉ GALLEGO MARTÍNEZ. IES EMILIO CANALEJO (MONTILLA).**

BLOQUE I**: GESTIÓN DE LA CALIDAD.**

BLOQUE II**: GESTIÓN AMBIENTAL.**

BLOQUE III**: LA IMPORTANCIA DEL CLIENTE EN UN SGC.**

BLOQUE IV**: INVESTIGACIÓN COMERCIAL PARA UNA ADECUADA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.**

BLOQUE V**: POLÍTICAS DE MARKETING.**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………….**

BLOQUE I**: GESTIÓN DE LA CALIDAD.**

TEMA 1**:”EVOLUCIÓN DE LOS SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD Y FASES DE IMPLANTACIÓN”**

TEMA 2:**”SOPORTE DOCUMENTAL”**

TEMA 3**:”ELABORACIÓN DE LOS REGISTROS DE CALIDAD”**

TEMA 4:**”TRATAMIENTO DE LAS NO CONFORMIDADES”**

BLOQUE II: **GESTIÓN AMBIENTAL.**

TEMA 5:**”UTILIZACIÓN EFICIENTE DE LOS RECURSOS”**

TEMA 6:**”CONTROL DE VERTIDOS, RESIDUOS Y EMISIONES GENERADAS”**

TEMA 7:**”LEGISLACIÓN AMBIENTAL”**

TEMA 8:**”SISTEMAS DE GESTIÓN AMBIENTAL”**

BLOQUE III**: LA IMPORTANCIA DEL CLIENTE EN UN SGC.**

TEMA 9**:”EL CLIENTE”**

TEMA 10**:”TÉCNICAS DE VENTAS”**

TEMA 11**:”EL VENDEDOR”**

TEMA 12**:”SELECCIÓN DEL EQUIPO DE VENTAS”**

BLOQUE IV**: INVESTIGACIÓN COMERCIAL PARA UNA ADECUADA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.**

TEMA 13**:”EL MERCADO”**

TEMA 14**:”LA INFORMACIÓN EN LA EMPRESA”**

TEMA 15**:”DISEÑO DE LA OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN”**

BLOQUE V**: POLÍTICAS DE MARKETING.**

TEMA 16**:”INTRODUCCIÓN AL MARKETING”**

TEMA 17**:”EL MARKETING EN LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL”**

TEMA 18**:”ANÁLISIS DEL PRODUCTO”**

TEMA 19**:”CREACIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS”**

TEMA 20**:”POLÍTICA DE PRECIO: FACTORES CONDICIONANTES”**

TEMA 21**:”POLÍTICA DE PRECIO: MÉTODOS Y ESTRATEGIAS”**

TEMA 22**:”POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN”**

TEMA 23**:”POLÍTICA DE COMUNICACIÓN”**

TEMA 24**:”LA PUBLICIDAD: INSTRUMENTO DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL”**

TEMA 25**:”LA PLANIFICACIÓN COMERCIAL”**

TEMA 26**:”EL MARKETING EN EL PUNTO DE VENTA: MERCHANDISING”**

…………………………………………………………………………………………………………………………………………………

*Teoría curso que viene:*

*-más ejemplos de SGC.*

*--fichero de clientes(A-b-c), ejemplos.*

*-plan de viabilidad:teoría y ejemplos.*

**TRABAJO**

Realizar un SGC

**CASOS PRÁCTICOS**

**1º** (BLOQUE I). Trabajas en una bodega en la que se quiere implantar un SGC. Están un poco perdidos y te piden, ya que eres un Técnico en Vitivinicultura y controlas todo lo relacionado con el vino y todos los procesos de una empresa así como su organización, que los orientes.

¿Qué harías en primer lugar? ¿Cómo lo enfocarías? Tú decides cómo está estructurada la empresa, número de empleados, productos que se elaboran, procesos…

**2º** (BLOQUE I). Has solucionado con éxito los consejos que te pidieron y se implantó el SGC. Seis meses después habéis tenido una auditoría externa y ha habido una no conformidad. ¿Cómo es posible si todo estaba correcto en la auditoría interna? ¿Han fallado los indicadores de calidad? Tú decides qué tipo de no conformidad se ha producido, cuáles son los indicadores, qué medidas correctivas aplicar…

**3º** (BLOQUE II). Una vez más tú empresa te necesita urgentemente. Han detectado que no están optimizando al máximo todos los recursos de los que disponen. No están reutilizándolos ni están realizando una gestión adecuada de los residuos, consideran que no están optimizando el uso de energía en la empresa y le preocupa la generación de gases por una posible sanción y por estar maltratando el medio ambiente. El problema está en tus manos, soluciónalo.

**4º** (BLOQUE II). La temida sanción ha llegado, no se ha hecho un tratamiento correcto de vertidos, residuos y emisiones. La sanción considera que el impacto ambiental que se está produciendo a causa de los vertidos de nuestra empresa es intolerable. La empresa piensa lo contrario. Habrá que revisar la Legislación Ambiental. Una vez más te toca a ti, buena señal, confían en tí por todos los problemas que has solucionado.

**5º** (BLOQUE III). La empresa ha superado todas las trabas de la administración. Ha salido reforzada, al igual que tú, debido a tu gestión y resolución de la multa. No queda duda de tú capacidad como enólogo, pero confían en ti y te encargan el siguiente proyecto. Teniendo en cuenta la proyección de la empresa (has de saber cuál será el mercado y la competencia que tendrás), has de realizar un estudio de cuál será tu cliente objetivo, considerando que la empresa ya tiene clientes actuales pero ha de captar nuevos clientes para su crecimiento. Termina este caso haciendo un modelo de fichero de clientes.

**6º** (BLOQUE III). Una vez que has realizado el fichero de clientes y se ha quedado bastante claro quiénes serán los clientes para mantener las ventas y crecer, has de seleccionar un equipo de ventas. Tú decides qué tipo de comerciales serán los idóneos, cómo los entrenaremos, cómo será la motivación del jefe comercial, que serás tú.

**7º** (BLOQUE IV). Ya tienes contratado el equipo de ventas, debes de realizar una investigación comercial para una adecuada segmentación del mercado. ¿Cuál será tú mercado? ¿Cómo harás esta segmentación?

**8º** (BLOQUE V). Trabajas en una empresa que se encarga de realizar Estudios de Viabilidad de productos y Planes de Marketing. Es una empresa que analiza la aceptación, potencial y éxito que el producto puede tener en el mercado.

Hay dos empresas que te han encargado que les hagas un Estudio de Viabilidad de sus productos antes de lanzarlos al mercado para valorar si el producto es rentable y las zonas y clientes a los que tienen que enfocar la venta de los mismos. La primera empresa es española y quiere introducir su producto en Cuba. La segunda es de EEUU y quiere introducir su producto a nivel mundial.

En este caso práctico, tú decides qué producto es, a qué se dedica la empresa, qué segmento de mercado es el más idóneo…

**9º** (BLOQUE V). Una vez presentado el Estudio de Viabilidad a las empresas, éstas están satisfechas con el mismo y deciden lanzar sus productos al mercado, y te encargan un Plan de Marketing para sus productos.

**EXÁMENES TEÓRICOS**

**1º:** BLOQUES I y II.

**2º**: BLOQUES III, IV y V.

**RECUPERACIONES**

Una por evaluación, Recuperación final en mayo y recuperación final en junio.

**FORMA DE EVALUAR**

Se hará media por a partir de un 4,5. Es imprescindible para aprobar el Módulo entregar trabajo y casos prácticos.

La media de los casos prácticos vale igual que la nota de un examen.

El trabajo se entregará la primera semana de la 3ª evaluación.