



1. DATOS GENERALES

Asignatura: ECONOMÍA Y COMERCIALIZACIÓN	Código: 60317
Tipología: OBLIGATORIA	Créditos ECTS: 6
Grado: 411 - GRADO EN INGENIERÍA AGRÍCOLA Y AGROALIMENTARIA (CR)	Curso académico: 2021-22
Centro: 107 - E.T.S. DE INGENIEROS AGRONOMOS CR	Grupo(s): 20 21
Curso: 3	Duración: C2
Lengua principal de impartición: Español	Segunda lengua:
Uso docente de otras lenguas:	English Friendly: N
Página web:	Bilingüe: N

Profesor: MONICA DIAZ DONATE - Grupo(s): 20 21				
Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
Escuela de Ingenieros Agrónomos / Despacho 203	PROD. VEGETAL Y TGIA. AGRARIA		monica.diaz@uclm.es	Lunes, martes y jueves de 9.30 a 14.00 (siempre que no coincida con horarios de clase)
Profesor: ALEJANDRO MAROTO MORALES - Grupo(s): 20				
Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
Escuela de Ingenieros Agrónomos / Despacho 203	PROD. VEGETAL Y TGIA. AGRARIA		Alejandro.Maroto@uclm.es	

2. REQUISITOS PREVIOS

No se han establecido.

3. JUSTIFICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS, RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS Y CON LA PROFESIÓN

En esta asignatura se analiza el contexto económico, normativo y legal de la valoración de empresas. La importancia de la valoración de empresas tiene sentido cada vez más en el mundo actual como procedimiento de asignación de un valor bajo distintas hipótesis y en función de objetivos diferentes (económicos y sociales). Tanto en el ejercicio libre de la profesión como en las distintas Administraciones Públicas se dan muchas situaciones en las que se precisan los conocimientos cursados en esta materia.

En el bloque de comercialización se estudian la investigación de mercados agroalimentarios, la segmentación de consumidores, las variables tácticas (precio y comunicación) y las variables estratégicas de marketing (producto y distribución), así como el diseño de estrategias de marketing. Desde el punto de vista comercial, la importancia radica en que es la única actividad de la empresa que genera ingresos y para ello, la empresa debe de competir en mercados cada vez más maduros y exigentes.

4. COMPETENCIAS DE LA TITULACIÓN QUE LA ASIGNATURA CONTRIBUYE A ALCANZAR

Competencias propias de la asignatura

Código	Descripción
E25	Capacidad para conocer, comprender y utilizar los principios de valoración de empresas agrarias y comercialización
G01	Conocimiento de lengua extranjera (Común para todas las titulaciones UCLM)
G02	Conocimiento de informática (Común para todas las titulaciones UCLM)
G03	Comunicación oral y escrita (Común para todas las titulaciones UCLM)
G04	Capacidad de análisis y síntesis
G05	Capacidad de organización y planificación
G06	Capacidad de gestión de la información
G07	Resolución de problemas
G08	Toma de decisiones
G09	Compromiso ético y deontología profesional (Común para todas las titulaciones UCLM)
G10	Trabajo en equipo
G13	Razonamiento crítico
G14	Aprendizaje autónomo
G15	Adaptación a nuevas situaciones
G16	Creatividad
G17	Liderazgo
G18	Iniciativa y espíritu emprendedor
G21	Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica
G26	Capacidad para dirigir la ejecución de las obras objeto de los proyectos relativos a industrias agroalimentarias, explotaciones agrarias y espacios verdes y sus edificaciones, infraestructuras e instalaciones, la prevención de riesgos asociados a esa ejecución y la dirección de equipos multidisciplinares y gestión de recursos humanos, de conformidad con criterios deontológicos.
G27	Capacidad para la redacción y firma de mediciones, segregaciones, parcelaciones, valoraciones y tasaciones dentro del medio rural, la técnica propia de la industria agroalimentaria y los espacios relacionados con la jardinería y el paisajismo, tengan o no carácter de informes periciales para Órganos judiciales o administrativos, y con independencia del uso al que este destinado el bien mueble o inmueble objeto de las mismas.
	Capacidad para la dirección y gestión de toda clase de industrias agroalimentarias, explotaciones agrícolas y ganaderas, espacios

G29	verdes urbanos y/o rurales, y áreas deportivas públicas o privadas, con conocimiento de las nuevas tecnologías, los procesos de calidad, trazabilidad y certificación y las técnicas de marketing y comercialización de productos alimentarios y plantas cultivadas.
G31	Capacidad de resolución de problemas con creatividad, iniciativa, metodología y razonamiento crítico.
G33	Capacidad para la búsqueda y utilización de la normativa y reglamentación relativa a su ámbito de actuación.
G34	Capacidad para desarrollar sus actividades, asumiendo un compromiso social, ético y ambiental en sintonía con la realidad del entorno humano y natural.

5. OBJETIVOS O RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS

Resultados de aprendizaje propios de la asignatura

Descripción

- Comprender y asimilar la función comercial de la empresa.
- Comprender y asimilar los factores y métodos de valoración de empresas.
- Conocer y manejar las herramientas de la investigación comercial.
- Conseguir aplicar estrategias acertadas de marketing en mercados competitivos.
- Conseguir una visión integral del proceso de valoración de la empresa.
- Saber analizar e interpretar los diferentes indicadores que se utilizan para la determinación del valor de la empresa.

6. TEMARIO

Tema 1: Introducción al Marketing agroalimentario

Tema 2: La Demanda. Consumo alimentario

Tema 3: Investigación e Información Comercial

Tema 4: Segmentación Comercial

Tema 5: Estrategias de productos y marcas

Tema 6: Decisiones sobre distribución

Tema 7: Estrategia de Precios

Tema 8: Decisiones sobre comunicación

Tema 9: Planificación Comercial

Tema 10: Marketing Internacional

Tema 11: Panorámica de la Valoración Agraria

Tema 12: Los métodos sintéticos de valoración

Tema 13: El método analítico de valoración

Tema 14: Valoración de activos agrarios

Tema 15: Valoración especial

Tema 16: Valoración de daños

Tema 17: Valoración expropiatoria

Tema 18: Valoración hipotecaria

Tema 19: Valoración fiscal

Tema 20: Valoración de empresas

7. ACTIVIDADES O BLOQUES DE ACTIVIDAD Y METODOLOGÍA

Actividad formativa	Metodología	Competencias relacionadas (para títulos anteriores a RD 822/2021)	ECTS	Horas	Ev	Ob	Descripción
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL]	Método expositivo/Lección magistral	E25 G04 G06	1.2	30	S	N	Clases teóricas impartidas por el profesor
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL]	Prácticas	E25 G01 G02 G03 G07 G08 G09 G10 G13 G14 G15 G16 G17 G18 G21 G26 G27 G29 G31 G33 G34	1	25	S	N	Clases de resolución de problemas y/o planteamiento de cuestiones por el profesor. Se plantearán ejercicios, problemas o casos que el estudiante debe resolver y entregar, serán evaluados en el "práctico". Se podrán recuperar mediante una nueva entrega en las convocatorias oficiales.
Pruebas de progreso [PRESENCIAL]	Pruebas de evaluación	E25 G01 G02 G03 G04 G05 G06 G07 G08 G09 G10 G13 G14 G15 G18 G21 G26 G27 G29 G31 G33	0.2	5	S	N	Evaluación de los conocimientos adquiridos en los temas del programa de la asignatura. Las pruebas de progreso se podrán recuperar en las convocatorias oficiales.
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA]	Trabajo autónomo	E25 G01 G02 G03 G04 G05 G06 G07 G08 G13 G34	3.6	90	N	-	Estudio autónomo del alumno. Se incluye el tiempo que el alumno emplea en resolver los ejercicios, problemas o casos planteados en el aula, así como el empleado para preparar las pruebas de progreso.
Total:			6	150			
Créditos totales de trabajo presencial: 2.4			Horas totales de trabajo presencial: 60				
Créditos totales de trabajo autónomo: 3.6			Horas totales de trabajo autónomo: 90				

Ev: Actividad formativa evaluable

Ob: Actividad formativa de superación obligatoria (Será imprescindible su superación tanto en evaluación continua como no continua)

8. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y VALORACIONES			
Sistema de evaluación	Evaluación continua	Evaluación no continua*	Descripción
Pruebas de progreso	90.00%	0.00%	Se realizarán dos pruebas de progreso que hay que superar de manera independiente (se entiende superada con un 4). Hay que tener en cuenta que el temario se divide en dos bloques que hay que superar de manera independiente.
Prueba final	0.00%	100.00%	Abarcará la totalidad del temario de la asignatura.
Práctico	10.00%	0.00%	Evaluación de trabajos tutorados individuales. Se resolverán casos de similares características a los vistos en clase. En el apartado 9 aparecen las fechas de entrega aproximadas.
Total:	100.00%	100.00%	

* En **Evaluación no continua** se deben definir los porcentajes de evaluación según lo dispuesto en el art. 4 del Reglamento de Evaluación del Estudiante de la UCLM, que establece que debe facilitarse a los estudiantes que no puedan asistir regularmente a las actividades formativas presenciales la superación de la asignatura, teniendo derecho (art. 12.2) a ser calificado globalmente, en 2 convocatorias anuales por asignatura, una ordinaria y otra extraordinaria (evaluándose el 100% de las competencias).

Crterios de evaluación de la convocatoria ordinaria:

Evaluación continua:

La asignatura se divide en dos bloques que se evalúan de forma independiente aplicando los porcentajes que figuran en el cuadro superior. En cada uno de los bloques se realizará un examen (90%) y se pedirá al estudiante la resolución de ejercicios, problemas o casos (10%), la suma de las dos actividades debe ser mínimo de un 4 para hacer media entre los dos bloques. El estudiante superará la asignatura cuando obtenga una calificación global mínima de 5 sobre 10.

Evaluación no continua:

Consistirá en un examen de los contenidos teórico-prácticos de todo el temario de la asignatura. El examen se desarrollará en la fecha y hora establecidos para las convocatorias oficiales. El estudiante superará la asignatura con una calificación mínima de 5 sobre 10.

Particularidades de la convocatoria extraordinaria:

Se seguirán los mismos criterios que en la convocatoria ordinaria.

Particularidades de la convocatoria especial de finalización:

Se seguirán los mismos criterios descritos para la evaluación "no continua" de la convocatoria ordinaria.

9. SECUENCIA DE TRABAJO, CALENDARIO, HITOS IMPORTANTES E INVERSIÓN TEMPORAL	
No asignables a temas	
Horas	Suma horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	30
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Prácticas]	25
Pruebas de progreso [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	5
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	90
Comentarios generales sobre la planificación: Esta prevista la realización de dos pruebas de progreso. La primera se llevará a cabo entre la semana 7 y la semana 9, dependerá del desarrollo de la asignatura e incluirá la mitad del temario. La segunda prueba de progreso se realizará al finalizar los contenidos de la asignatura. Se concretarán las fechas en "campus virtual". También se propondrá la realización de dos tareas. La primera sobre los contenidos de marketing (temas del 1 al 10), la segunda sobre los contenidos de valoración (temas del 11 al 20). La primera hay que entregarla antes de la finalización de la asignatura y la segunda antes del examen de la convocatoria ordinaria.	
Actividad global	
Actividades formativas	Suma horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	30
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Prácticas]	25
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	90
Pruebas de progreso [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	5
Total horas: 150	

10. BIBLIOGRAFÍA, RECURSOS						
Autor/es	Título/Enlace Web	Editorial	Población	ISBN	Año	Descripción
Alonso Sebastián, Ramón	Valoración agraria : casos prácticos de valoración de finca	Editorial Agrícola Española			2007	
Caballer, Vicente	Valoración agraria : teoría y práctica	Mundi-Prensa		978-84-8476-345-1	2008	
Grande Esteban, Ildelfonso	Fundamentos y técnicas de investigación comercial	ESIC		84-7356-440-5	2006	
Guadalajara, Natividad	Valoración agraria : casos prácticos	Mundi-Prensa		84-7114-596-0	1996	
Ortega Martínez, Enrique	Manual de investigación comercial	Pirámide		84-368-0517-8	1994	
Rodríguez-Barrio, J. Enrique	Gestión comercial de la empresa agroalimentaria	Mundi-Prensa		84-7114-295-3	1987	
Santesmases Mestre, Miguel	Marketing : conceptos y estrategias	Pirámide		978-84-368-2116-1	2007	