



UNIVERSIDAD DE CASTILLA - LA MANCHA

GUÍA DOCENTE

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: 2023-24

Centro: 107 - E.T.S. DE INGENIEROS AGRONOMOS CR

Grupo(s): 20

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				
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 y miércoles de 10:00h a 11:00h Martes y jueves de 10:00h a 12:00h
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	Previa cita por correo electrónico

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

- 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.
- Comprender y asimilar la función comercial de la empresa.
- Comprender y asimilar los factores y métodos de valoración de empresas.
- 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. La evaluación de esta actividad formativa se realizará a través de los exámenes correspondientes.
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" y en los exámenes correspondientes.
Prueba parcial [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	S	Evaluación de los conocimientos adquiridos en los temas del programa de la asignatura. Las pruebas parciales 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 parciales.
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 parciales	70.00%	0.00%	Se realizarán dos pruebas parciales 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%	70.00%	Abarcará la totalidad del temario de la asignatura.
Práctico	30.00%	30.00%	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 una prueba parcial (70%) y se pedirá al estudiante la resolución de ejercicios, problemas o casos (30%) siendo necesaria una calificación mínima de 4 puntos sobre 10 en la prueba parcial para poder sumar las puntuaciones del resto de actividades. Para compensar los dos bloques en que se divide la asignatura, es necesario obtener una calificación mínima de 4 sobre 10 en cada uno de los ellos. En caso de no darse estas circunstancias, en actas figurará una calificación que tendrá en cuenta los porcentajes anteriores, pero siendo como máximo de 4 (suspense). El estudiante superará la asignatura cuando obtenga una calificación global mínima de 5 sobre 10.

Evaluación no continua:

Si un alumno quiere pasarse a modalidad de evaluación no continua tiene que comunicarlo al profesorado (en caso contrario, se considera en evaluación continua), siempre que no haya participado durante el periodo de impartición de clases en actividades evaluables que supongan en su conjunto al menos el 50% de la evaluación total de la asignatura. Si un estudiante ha alcanzado ese 50% de actividades evaluables o si, en cualquier caso, el periodo de clases hubiera finalizado, se considerará en evaluación continua sin posibilidad de cambiar de modalidad de evaluación.

En la fecha correspondiente a la convocatoria ordinaria, el alumno realizará un examen en el que se evaluarán los contenidos teóricos y prácticos desarrollados durante el curso (máximo 70% de la calificación global). El examen estará dividido en dos pruebas correspondientes a las dos partes en que se divide la asignatura, y cada prueba incluirá teoría y problemas. Los criterios para la superación de cada parte, así como la calificación que aparecerá en actas en caso de no superar la asignatura, serán como los indicados para la evaluación continua.

Para superar la asignatura es necesario obtener una calificación mínima de 5 sobre 10 en la calificación global.

Particularidades de la convocatoria extraordinaria:

Se seguirán los mismos criterios que en la convocatoria ordinaria, conservándose en esta convocatoria las calificaciones obtenidas en los ítem "Práctico" tanto para la evaluación continua como para la evaluación no continua de la convocatoria ordinaria, así como las calificaciones de las pruebas parciales superadas. Para superar la asignatura es necesario obtener una calificación mínima de 5 sobre 10 en la calificación global.

Los alumnos que no aprueben la asignatura en esta convocatoria deberán cursar de nuevo la asignatura completa.

Particularidades de la convocatoria especial de finalización:

Se seguirán los mismos criterios de evaluación que en la convocatoria ordinaria en la modalidad de evaluación no continua. Se hará un examen final (70%) y se pedirá al estudiante la resolución de ejercicios, problemas o casos (30%) del conjunto de toda la asignatura. El estudiante deberá contactar con el profesorado con una antelación mínima de un mes a la fecha del examen para tener acceso a los ejercicios, problemas o casos que debe resolver y entregar.

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
Prueba parcial [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 parciales. 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 parcial se realizará al finalizar los contenidos de la asignatura. Se concretarán las fechas en "campus virtual". También se propondrá la realización de tareas. Una parte de las tareas sobre los contenidos de marketing (temas del 1 al 10), un segundo bloque de tareas sobre los contenidos de valoración (temas del 11 al 20). Las fechas de entrega se publicarán en "campus virtual".	
Actividad global	
Actividades formativas	Suma horas
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Prácticas]	25
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	90
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	30
Prueba parcial [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