



Proyecto/Guía docente de la asignatura

Asignatura	VALORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS		
Materia	VALORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS		
Módulo	ESPECÍFICO		
Titulación	GRADO EN INGENIERÍA DE LAS INDUSTRIAS AGRARIAS Y ALIMENTARIAS		
Plan	2010	Código	42236
Periodo de impartición	2C	Tipo/Carácter	OB: OBLIGATORIA
Nivel/Ciclo	GRADO	Curso	2
Créditos ECTS	6		
Lengua en que se imparte	ESPAÑOL		
Profesor/es responsable/s	Beatriz Urbano López de Meneses		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	beatriz.urbano@uva.es		
Departamento	Ingeniería Agrícola y Forestal		

1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

Esta asignatura persigue la formación en el ámbito de la valoración de empresas y comercialización agroalimentaria.

Con este propósito, trata de dotar a los estudiantes de los conocimientos teóricos y aplicados básicos para comprender la estimación del valor de la empresa agroalimentaria, así como las cualidades más importantes de los bienes objeto de valoración.

Y por otro lado, trata la Gestión Comercial y la Cadena de Valor Agroalimentaria de manera específica. Consecuentemente, el alumno recibirá las herramientas y los instrumentos para la gestión comercial de la empresa agroalimentaria. Se identificarán intermediarios, las funciones de comercialización, los márgenes comerciales y las técnicas que mejoran el flujo de productos desde la industria hasta el usuario final. La asignatura aborda la cadena de valor de los productos agroalimentarios desde la industria hasta el consumidor. Asimismo se establecen las relaciones entre los diferentes eslabones del canal comercial y cómo se puede mejorar el flujo de productos y servicios a través de las estrategias de investigación de mercados.

1.2 Relación con otras materias

La asignatura está relacionada con los conocimientos de economía de empresa, marco institucional y jurídico de la empresa; desarrollados en la asignatura Gestión de Empresas. La asignatura está vinculada directamente con la asignatura de primer curso Gestión de Empresas en la cual se adquirieron los conocimientos básicos sobre las características de las empresas agrarias y agroalimentarias, así como el funcionamiento de los mercados.

Asimismo, esta asignatura relaciona con todas aquellas en las que se estudien los procesos de producción y acondicionamiento de los productos agroalimentarios, ya que las decisiones de comercialización influyen directamente en las decisiones de producción y viceversa. La Gestión Comercial es una parte importante en el proceso de producción ya que conocer los eslabones y relaciones que se establecen a través del canal comercial incide positivamente en la optimización de todo el proceso.

1.3 Prerrequisitos

Ninguno en concreto pero sí es aconsejable conocer los procesos de producción y acondicionamiento de los productos agroalimentarios.

2. Competencias

2.1 Generales

G3: Ser capaz de analizar y sintetizar

G15: Demostrar un razonamiento crítico

G5: Ser capaz de comunicarse de forma oral y escrita, tanto en foros especializados como para personas no expertas

2.2 Específicas

E 14- Conocimiento, comprensión y aplicación de los principios de valoración de empresas agrarias

E 15- Conocimiento de las estrategias de marketing, estudios de mercado y políticas de distribución.

E 16- Conocimiento de las herramientas de comunicación, información, motivación y gestión de personal.



3. Objetivos

1. Adquirir capacidad para analizar los condicionantes actuales del sector agroalimentario y los retos a los que se enfrentan las empresas.
2. Adquirir conocimientos para valorar una empresa agroalimentaria.
3. Obtener la capacidad para analizar mercados, sistemas de comercialización y políticas de distribución.
4. Obtener la capacidad para utilizar herramientas de comunicación, información, motivación y gestión de personal.
5. Adquirir los conocimientos necesarios sobre comercialización de productos agroalimentarios.

4. Contenidos y/o bloques temáticos

Bloque 1: Valoración de empresas agroalimentarias

Carga de trabajo en créditos ECTS: 3,00

a. Contextualización y justificación

En este bloque el alumno adquiere los conocimientos básicos acerca de los condicionantes actuales a los que se enfrentan las empresas del sector agroalimentario. Asimismo, se estudiarán conceptos básicos de valoración de empresas agroalimentarias y sus aplicaciones. Finalmente, se analizarán los retos del sector alimentario en la actualidad.

b. Objetivos de aprendizaje

- Determinar los condicionantes actuales de las empresas agroalimentarias.
- Reconocer los diferentes métodos de valoración de empresas agroalimentarias.
- Aplicar los métodos de valoración de empresas agroalimentarias.
- Analizar los retos y oportunidades del sector agroalimentario.

c. Contenidos

1. La empresa agroalimentaria. Conceptos y condicionantes básicos
2. Valoración de empresas agroalimentarias. Metodología y aplicaciones
3. Retos y oportunidades del sector agroalimentario en la actualidad

d. Métodos docentes

Clases Magistrales Participativas (Mp) + Resolución de Problemas (Pr) + Tutorías ECTS (Tu Pr) + Conferencias

e. Plan de trabajo

Se dedicarán 20 horas de clases presenciales. Las clases expositivas se complementarán con ejercicios, casos de estudio, debates y trabajo colaborativo.

f. Evaluación

Dossier de tareas (Ds) + Evaluación escrita (Ev)

g. Bibliografía básica

Alonso, R.; Serrano, A. (2008): *Economía de la empresa agroalimentaria*. Mundi-Prensa. Madrid.
Alonso, R. y Villa, A. (2007). *Valoración de empresas. Aplicación al sector agroalimentario*. Mundi-Prensa. Madrid.
Ballesteros, E. (2000). *Economía de la empresa agraria y alimentaria*. Mundi-Prensa. Madrid.

i. Recursos necesarios

En el desarrollo de la asignatura se incluirá tanto la explicación de los contenidos teóricos, mediante el apoyo de material escrito que se pondrá a disposición de los alumnos en los servicios de reprografía y en la plataforma Moodle de la UVA, como la realización de ejercicios y cuestiones prácticas que sirvan para afianzar y ampliar las explicaciones teóricas, cuyos enunciados serán facilitados de la misma forma.

Se anima a los alumnos a revisar con frecuencia los archivos subidos a la página Moodle de la asignatura (donde se colgarán apuntes, avisos, etc.). Si tienes problemas para acceder a ellos, ponte en contacto con la profesora.

También se manejarán diversas páginas web de organismos públicos y privados, que se irán detallando a lo largo de las explicaciones de los distintos temas.

j. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
3	Semanas 1-15

Bloque II: COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS

Carga de trabajo en créditos ECTS:

a. Contextualización y justificación

El primer bloque de la asignatura aborda una descripción sobre los condicionantes que existen en la comercialización de productos agroalimentarios.

Posteriormente se realizará una descripción de los sistemas de comercialización de los principales productos del sector.

b. Objetivos de aprendizaje

- ✓ Conocer e identificar los eslabones que forman parte de la cadena de comercialización de los productos forestales.
- ✓ Identificar las relaciones entre los intermediarios del canal comercial.
- ✓ Reconocer los modelos de canales comerciales y tipos de mercados.

c. Contenidos

1. COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING: LA CADENA DE VALOR

1.1. La Comercialización y el marketing.

1.1.1. Conceptos.

1.1.2. Utilidades añadidas a los productos.

1.1.3. Funciones de la Comercialización: La Cadena de Valor

1.1.4. Servicios de la Comercialización

2. MERCADOS Y CENTROS DE CONTRATACIÓN

2.1. El mercado.

2.2. Peculiaridades del mercado.

2.2.1. Presencia de la mercancía.

2.2.2. Mercados especializados y polivalentes.

2.2.3. Organización

3. EQUILIBRIO DEL MERCADO

3.1. Oferta, Demanda y Precios.

3.2. Formas del mercado.

3.2.1. Mercado de competencia perfecta.

3.2.2. Mercados de competencia imperfecta.

3.2.3. Competencia perfecta y otras formas del mercado.

3.3. Información de mercados.

3.3.1. Grupos a los que debe dirigirse la información.

3.3.2. Tipo de información necesaria.

3.4. Investigación de mercados.

3.4.1. Funciones de la investigación de mercados

3.4.2. Fuentes de datos de los estudios de mercado.

3.4.3. Métodos de investigación externa.

3.5. Segmentación de mercados.

3.5.1. Criterios de segmentación de mercados

3.5.2. Segmentación de mercados.

3.5.3. Tipos de Marketing según la segmentación de mercados.

d. Métodos docentes

- ✓ Clase magistral.
- ✓ Estudio de Casos.
- ✓ Seminarios-Talleres.
- ✓ Trabajo en grupo.
- ✓ Documentación disponible en la plataforma Moodle.

e. Plan de trabajo

Se dedicarán a este bloque 40 horas de clases presenciales.

Se incluirán sesiones de análisis de mercados, problemas de mercados y estudios de casos.

f. Evaluación

- ✓ Prueba escrita tipo test.
- ✓ Trabajos prácticos

g. Bibliografía básica

Briz, J. y de Felipe, I (coords.). 2011. La Cadena de Valor Agroalimentaria: Análisis Internacional de casos reales. Editorial Agrícola. Madrid. 829 pp.

Briz, J. y de Felipe, I. 2012. Las Redes de Cadena de Valor Alimentaria en el SXXI. Editorial Agrícola. Madrid. 740 pp.

h. Bibliografía complementaria

Briz, J. y de Felipe, I. 2013. Metodología y Funcionamiento de la Cadena de Valor. Editorial Agrícola. Madrid. 587pp.

i. Recursos necesarios

- ✓ Aula con medios audiovisuales.
- ✓ Lecturas facilitadas. Plataforma Moodle.

j. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
3,0	Semana 1 a 15

5. Métodos docentes y principios metodológicos

BLOQUE I: Valoración de empresas agroalimentarias

Las explicaciones teóricas se irán complementando con actividades prácticas, ya sea con ejemplos resueltos o con ejercicios propuestos. Asimismo, se utilizarán recursos multimedia para realizar actividades dinámicas y participativas en clase. Se utilizarán métodos docentes basados en el trabajo colaborativo y el análisis de casos.

BLOQUE II: Comercialización de productos agroalimentarios

La metodología docente será una combinación de clases magistrales, resolución de problemas prácticos de mercados de futuros y opciones, estudio de casos y delineación de las cadenas de valor agroalimentarias.

6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teóricas	24	Trabajo autónomo sobre contenidos teóricos	30
Clases prácticas: trabajos y ejemplos	20	Trabajo autónomo sobre contenidos prácticos.	30
Clases prácticas: presentación de casos reales	12	Trabajo específico sobre plan de empresa	15
Seminario/Conferencia	4	Preparación orientada a la evaluación	15
Total presencial	60	Total no presencial	90

7. Sistema y características de la evaluación



La nota final será la suma de las notas alcanzadas en los Bloques I y II de la asignatura ponderados en función de los ECTS impartidos en cada bloque. La evaluación de cada uno de esos bloques se llevará a cabo del siguiente modo:

BLOQUE I: Valoración de empresas agroalimentarias

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Examen final de conceptos y ejercicios.	60 %	Preguntas cortas y ejercicios
Tareas	40 %	Entregables individuales y en grupo

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN
<ul style="list-style-type: none">• Convocatoria ordinaria: La prueba escrita un 60% de la nota y las tareas un 40%• Convocatoria extraordinaria: Si en la convocatoria ordinaria tienen aprobados los trabajos obligatorios propuestos, esa nota se guardará y los alumnos tendrán que enfrentarse a un examen de recuperación con la misma estructura y ponderación que en la convocatoria ordinaria. Si los trabajos obligatorios propuestos no estuvieran aprobados, los alumnos han de enfrentarse a un examen con contenidos más amplios que puntuará el 100% de la nota de la asignatura.

BLOQUE II: Comercialización de productos agroalimentarios

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Examen final de conceptos y ejercicios.	60 %	Consistirá en un examen con preguntas tipo test
Trabajo escrito de prácticas	30 %	Entregable individual
Presentación en clase	10 %	Consistirá en una presentación oral la semana 14 de la asignatura.

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN
<ul style="list-style-type: none">• Convocatoria ordinaria: Los trabajos y prácticas un 40% de la nota y el examen de conceptos un 60%• Convocatoria extraordinaria: Examen con un valor del 100%