

**PROGRAMA DE LA ASIGNATURA:**

**“COMERCIALIZACIÓN AGRARIA”**

**Curso académico: 2010-2011**

Identificación y características de la asignatura				
Código				Créditos LOU 6
Denominación	COMERCIALIZACIÓN AGRARIA			
Titulaciones	5º INGENIERO AGRÓNOMO			
Centro	Escuela de Ingenierías Agrarias			
Semestre	2º	Carácter	Obligatoria	
Módulo				
Materia				
Profesor				
Nombre	Despacho	Correo-e	Página web	
Juan Agustín Franco Martínez	D716	<a href="mailto:franco@unex.es">franco@unex.es</a>		
Área de conocimiento	ECONOMÍA APLICADA			
Departamento	ECONOMÍA			
Competencias				
...				
Temas y contenidos				
Breve descripción del contenido				
Temario de la asignatura				

**BLOQUE I.- COMERCIO INTERIOR AGRARIO**

- Tema 1.- Conceptos básicos de la comercialización agroalimentaria
- Tema 2.- Tipología de formas comerciales en establecimiento
- Tema 3.- Los canales comerciales agroalimentarios
- Tema 4.- Elección y gestión de los canales comerciales
- Tema 5.- El comportamiento del consumidor (I)
- Tema 6.- El comportamiento del consumidor (II)

**BLOQUE II.- COMERCIO EXTERIOR AGRARIO**

- Tema 7.- Tendencias y perspectivas de la economía mundial
- Tema 8.- Instituciones y programas de apoyo a la internacionalización
- Tema 9.- Selección de mercados exteriores
- Tema 10.- Elaboración de la oferta y comunicación comercial
- Tema 11.- Barreras técnicas al comercio exterior

**BLOQUE III.- MARKETING AGROALIMENTARIO**

- Tema 12.- Conceptos básicos de marketing
- Tema 13.- Segmentación comercial del mercado
- Tema 14.- Planificación comercial
- Tema 15.- Estrategia de productos y marcas
- Tema 16.- Estrategia de nuevos productos
- Tema 17.- La comunicación en la empresa agroalimentaria
- Tema 18.- Estrategia de precios

**Actividades formativas**

Horas de trabajo del alumno por tema		Presencial		Actividad de seguimiento	No presencial
Tema	Total	GG	SL	TP	EP
1					
2					
...					
<b>Evaluación del conjunto</b>					

GG: Grupo Grande (100 estudiantes).  
 SL: Seminario/Laboratorio (prácticas clínicas hospitalarias = 7 estudiantes; prácticas laboratorio o campo = 15; prácticas sala ordenador o laboratorio de idiomas = 30, clases problemas o seminarios o casos prácticos = 40).  
 TP: Tutorías Programadas (seguimiento docente, tipo tutorías ECTS).  
 EP: Estudio personal, trabajos individuales o en grupo, y lectura de bibliografía.

**Sistemas de evaluación**

**Requisitos mínimos imprescindibles (Puntuación máxima: 2 puntos)**

- a) Participar en la preparación y exposición de una práctica. Puntuación máxima: 0,5 punto.
- b) Asistir al menos a la mitad del total de clases prácticas. Puntuación máxima: 1 punto.

**Las prácticas (Bloque IV)** se desarrollarán en forma de seminarios, en los que cada alumno/a expondrá, durante un tiempo de 15-20 minutos, los contenidos de temas actuales relativos a la comercialización agroalimentaria propuestos por el profesor.

El alumno/a ponente de cada práctica elaborará una "Ficha del documento" expuesto cuya plantilla estará disponible en el campus virtual de la asignatura.

Los alumnos/as que hubiesen realizado prácticas de la asignatura en cursos anteriores deberán, al menos, efectuar la exposición de un seminario de prácticas en el presente curso académico. Puntuación máxima: 1,5 puntos.

**Examen final (Puntuación máxima: 8 puntos):**

El examen final de la asignatura será por escrito, con preguntas abiertas y/o de tipo test. Para presentarse al examen del Bloque IVa sobre los "contenidos de síntesis" será necesario cumplir los requisitos mínimos imprescindibles.

Bloques I, II y III. Puntuación máxima: 2,5 puntos cada bloque.  
 Bloque IVa. Puntuación máxima: 0,5 puntos.

**Alternativa a los “requisitos mínimos imprescindibles”:**

En sustitución del Bloque IVa, el examen del Bloque IVb será sobre los “contenidos completos” de los artículos, ponencias, comunicaciones, conferencias o visitas de las sesiones de prácticas. Puntuación mínima exigida: 1,5 puntos. Puntuación máxima: 2,5 puntos.

La puntuación mínima exigida en este caso es requisito necesario para puntuar el resto de preguntas del examen de los Bloques I, II y III.

**Bibliografía y otros recursos**

- CALDENTEY, P. (1986): *Comercialización de productos agrarios*. Agrícola Española. Madrid.
- CALDENTEY, P. et al. (1994): *Marketing agrario*. Mundi-Prensa. Madrid.
- CONTRERAS (1984): *Comercialización de productos básicos*. Descó. Madrid.
- DÍEZ DE CASTRO, E.C. (1992): *Distribución comercial*. McGraw-Hill. Madrid.
- INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO EXTERIOR-CONSEJO SUPERIOR DE CÁMARAS DE COMERCIO (1999): *Curso superior. Estrategia y gestión del comercio exterior*. Ministerio de Economía y Hacienda. Madrid.
- INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO EXTERIOR-CONSEJO SUPERIOR DE CÁMARAS DE COMERCIO (1999): *Curso básico. Estrategia y gestión del comercio exterior*. Ministerio de Economía y Hacienda. Madrid.
- JARA, F. de la (1988): *La comercialización agroalimentaria en España*. MAPA-IRYDA. Madrid.
- KOTLER, P.; ARMSTRONG, G.; SAUNDERS, J.; WONG, V.; MIQUEL, S.; VIGNE, E. y CÁMARA, D. (1999): *Introducción al marketing*. Prentice Hall. Nueva York.

**Horario de tutorías**

Tutorías de libre acceso:

Lunes 12:00 a 14:00

Martes 10:00 a 11:00 y 13:00 a 14:00

Miércoles 10:00 a 12:00

**Recomendaciones**