

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA DE VALORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN AGRARIAS

Curso académico: 2013/2014

Identificación y características de la asignatura			
Código	501131		Créditos ECTS 6
Denominación	Valoración y Comercialización Agrarias		
Denominación (en inglés)	Assessment of agricultural goods and agricultural marketing		
Titulaciones	GRADO EN INGENIERÍA DE LAS EXPLOTACIONES AGROPECUARIAS; GRADO EN INGENIERÍA HORTOFRUTÍCOLA Y JARDINERÍA; GRADO EN INGENIERÍA DE LAS INDUSTRIAS AGRARIAS Y ALIMENTARIAS.		
Centro	Escuela de Ingenierías Agrarias		
Semestre	3	Carácter	O
Módulo	Común a la rama agrícola		
Materia	Economía Agraria		
Profesor/es			
Nombre	Despacho	Correo-e	Página web
Francisco Pulido García	Dirección	fpulido@unex.es	
Francisco Javier Mesías Díaz	Subd. O.A.	fjmesias@unex.es	
Eva Crespo Cebada	Ed. Valle del Jerte	ecreceb@unex.es	
Área de conocimiento	Economía Aplicada		
Departamento	Economía		
Profesor coordinador (si hay más de uno)	Francisco Javier Mesías Díaz		
Competencias			
CERA9: Toma de decisiones mediante el uso de los recursos disponibles para el trabajo en grupos multidisciplinares.			
CERA10: Transferencia de tecnología, entender, interpretar, comunicar y adoptar los avances en el campo agrario.			
CERA11: Valoración de empresas agrarias y comercialización			
Temas y contenidos			
Breve descripción del contenido			
Conceptos básicos de valoración; Métodos sintéticos de valoración; Métodos analíticos de valoración; Métodos Estadísticos; Valoración fiscal e hipotecaria; Valoración de empresas; Evaluación de inversiones; Distribución comercial agroalimentaria; Comercio exterior agrario; Marketing agroalimentario.			
Temario de la asignatura			

PARTE I: VALORACIÓN AGRARIA
Denominación del tema 1: Valoración de fincas Contenidos del tema 1: Introducción. Características del mercado de fincas rústicas. Valoración de fincas rústicas e Instalaciones Agrarias.
Denominación del tema 2: Métodos sintéticos Contenidos del tema 2: Introducción. Métodos sintéticos clásicos. Métodos sintéticos evolucionados. Elección del método óptimo aplicando el ECM.
Denominación del tema 3: Métodos analíticos Contenidos del tema 3: Fundamentos del método analítico. Concepto de renta de la tierra y tipo de capitalización. Irracionalidad del método analítico. Método analítico evolucionado.
Denominación del tema 4: Valoración con métodos estadísticos Contenidos del tema 4: Conceptos estadísticos necesarios. Fundamentos del método estadístico de valoración
Denominación del tema 5: Valoración fiscal e hipotecaria Contenidos del tema 5: Introducción y marco legal. Valoración fiscal. Valoración hipotecaria.
Denominación del tema 6: Valoración de empresas Contenidos del tema 6: Introducción. Aplicaciones de valoración de empresas. Factores de los que depende la valoración de empresas. Métodos estáticos de valoración de empresas. Métodos dinámicos y mixtos de valoración de empresas.
Denominación del tema 7: Informes de valoración Contenidos del tema 7: Elaboración de informes de valoración.
Denominación del tema 8: Evaluación de inversiones agrarias (I): conceptos básicos Contenidos del tema 8: Capitalización y actualización; Tipos de préstamos y formas de amortización; Evaluación económica vs. evaluación financiera; Parámetros que definen la inversión; Cobros y pagos frente a Ingresos y costes; Supuestos simplificados
Denominación del tema 9: Evaluación de inversiones agrarias (II) : criterios de evaluación Contenidos del tema 9: Valor Actual Neto; Relación Beneficio/Inversión; Plazo de Recuperación; Tasa Interna de Rendimiento; Otros aspectos de interés: inflación y análisis de sensibilidad
PARTE II: COMERCIALIZACIÓN AGRARIA
II.1: DISTRIBUCIÓN COMERCIAL AGROALIMENTARIA
Denominación del tema 10: CONCEPTOS BÁSICOS DE LA COMERCIALIZACIÓN AGROALIMENTARIA Contenidos del tema 10: Características de la comercialización agroalimentaria. Contenido de la distribución comercial agroalimentaria. Dimensiones de la distribución comercial agroalimentaria. La distribución comercial agroalimentaria como sistema.
Denominación del tema 11: TIPOLOGÍA DE FORMAS COMERCIALES Contenidos del tema 11: Formas comerciales mayoristas. Autoservicios, supermercados y establecimientos de descuento. Hipermercados. Centros comerciales.
Denominación del tema 12: LOS CANALES COMERCIALES AGROALIMENTARIOS Contenidos del tema 12: Conceptos básicos. Tipos y organización de los canales de la distribución agroalimentaria. Sistemas verticales de organización de los canales de distribución.

Denominación del tema 13: **EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**
 Contenidos del tema 13: Concepto y características. Enfoques del comportamiento del consumidor. Dimensiones a considerar. El proceso de decisión de compra. Factores internos y externos del comportamiento del consumidor.

II.2: COMERCIO EXTERIOR AGRARIO

Denominación del tema 14: **INSTITUCIONES Y PROGRAMAS DE APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN**
 Contenidos del tema 14: Criterios generales. El Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX). Las Cámaras de Comercio. Otras entidades de promoción exterior.

Denominación del tema 15: **SELECCIÓN DE MERCADOS EXTERIORES**
 Contenidos del tema 15: La alternativa concentración/diversificación. El estudio de mercado. Preselección de mercados. Investigación en profundidad. Selección de mercados objetivo. Técnicas de investigación.

Denominación del tema 16: **ELABORACIÓN DE LA OFERTA Y COMUNICACIÓN COMERCIAL**
 Contenidos del tema 16: Política de fijación de precios. Los Incoterms. La oferta internacional. Comunicación comercial.

II.3: MARKETING AGROALIMENTARIO

Denominación del tema 17: **CONCEPTOS BÁSICOS DE MARKETING**
 Contenidos del tema 17: Concepto de marketing. Variables de marketing y marketing-mix. Los elementos del marketing-mix. El marketing-mix del producto agroalimentario.

Denominación del tema 18: **SEGMENTACIÓN Y PLANIFICACIÓN COMERCIAL**
 Contenidos del tema 18: La segmentación comercial en la empresa agroalimentaria. Los métodos de crear segmentos o submercados. Análisis del perfil de un segmento. La selección de segmentos en la empresa agroalimentaria. El plan comercial del producto agroalimentario. Análisis de la situación del producto y objetivos comerciales. Estrategia comercial. Programa comercial. Control del plan comercial.

Denominación del tema 19: **ESTRATEGIA DE PRODUCTOS Y MARCAS**
 Contenidos del tema 19: Formulación de la estrategia de producto. Problemática de la diferenciación de productos agroalimentarios. Estrategias conjuntas producto-mercado. Estrategia de marcas para productos agroalimentarios. Posicionamiento de marcas: percepciones y preferencias de los consumidores. Estrategia de nuevos productos.

Denominación del tema 20: **ESTRATEGIA DE PRECIOS**
 Contenidos del tema 20: La variable precio en el marketing agroalimentario. Objetivos de la estrategia de precios. Fijación de precios a partir de los costes. Fijación de precios en relación con la demanda. Fijación de precios en relación con la competencia. Administración de los precios.

Actividades formativas

Horas de trabajo del alumno por tema		Presencial		Actividad de seguimiento	No presencial
Tema	Total	GG	SL	TP	EP
1		2,5			4
2		2	1		5
3		2	1		5
4		2			5
5		2			4
6		2	1		5
7		1	2		4
8		3			6

9		4	2,5		7
10		1			3
11		2			4
12		2			3
13		2	1,5		4
14		1			4
15		2			4
16		2	1,5		5
17		2			4
18		2	1,5		5
19		2	1,5		4
20		2	1,5		5
Evaluación del conjunto	150	40,5	15	4,5	90

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

CRITERIOS GENERALES DE EVALUACIÓN

- Los exámenes constarán de dos bloques, correspondientes a las partes I (Valoración Agraria) y II (Comercialización Agraria) de la asignatura, que ponderarán en la calificación final con igual valor.

- El examen final será escrito y constará de un máximo de 50 cuestiones de los tipos o características siguientes:

- Preguntas abiertas a desarrollar (que pueden ser cortas o largas, y cuyas respuestas incorrectas no restarán puntuación).
- Ejercicios breves (sin utilización de calculadoras y que tampoco restarán puntuación).
- Preguntas de respuesta múltiple o tipo test (que restarán puntuación si las respuestas son incorrectas y cuyo valor irá claramente especificado en la hoja de examen, al depender del número de respuestas ofrecidas como posibles).
- Uno o varios problemas, en los que el alumno también podrá utilizar calculadoras no programables.

Para cada pregunta, ejercicio o problema se especificará detalladamente en la hoja de examen su puntuación.

- La nota final de la asignatura será la media de las calificaciones obtenidas en las partes I y II.

- Siempre que sea posible se realizarán exámenes parciales de los temas impartidos. En caso de ser aprobados, el estudiante no tendrá que examinarse de esos temas en los exámenes finales de febrero y julio, aunque podrá examinarse de toda la materia si así lo desea.

- Siempre que la calificación supere los 3,5 puntos sobre 10, esta nota podrá incrementarse hasta un 20 % con la participación en las tutorías presenciales, con la resolución de cuestionarios, las evaluaciones continuas en clase y con el desarrollo de trabajos prácticos, que se indicarán al principio del cuatrimestre.

- El examen final se celebrará de forma oral, para aquellos alumnos que soliciten un cambio en la fecha del examen ya programado de Valoración y comercialización, por

coincidencia con otra asignatura.

Bibliografía y otros recursos

PARTE I: VALORACIÓN AGRARIA

Tema 1.- Valoración Agraria

- Valoración agraria. Teoría y práctica. Aut. Vicente Caballer. Ed. Mundiprensa.
- Valoración agraria. Conceptos, métodos y aplicaciones. Aut. R. Alonso y M^a T. Iruretagoyena. Ed. Mundiprensa.

Tema 2.- Métodos sintéticos

- Valoración agraria. Teoría y práctica. Aut. Vicente Caballer. Ed. Mundiprensa. Cap. 6 y 7
- Valoración agraria. Conceptos, métodos y aplicaciones. Aut. R. Alonso y M^a T. Iruretagoyena. Ed. Mundiprensa.
- Compendio de valoración agraria. Aut. E. Ramírez y F. García. Bloque II
- Manual de valoración agraria y urbana. Aut. F. Ruiz. Ed. Intervalora. Pags. 79-119

Tema 3.- Métodos analíticos

- Valoración agraria. Teoría y práctica. Aut. Vicente Caballer. Ed. Mundiprensa. Cap. 9, 10 y 11
- Valoración agraria. Conceptos, métodos y aplicaciones. Aut. R. Alonso y M^a T. Iruretagoyena. Ed. Mundiprensa. Pags. 57-72
- Compendio de valoración agraria. Aut. E. Ramírez y F. García. Bloque III
- Manual de valoración agraria y urbana. Aut. F. Ruiz. Ed. Intervalora. Pags. 121-154

Tema 4.- Valoración con métodos estadísticos

- Valoración agraria. Teoría y práctica. Aut. Vicente Caballer. Ed. Mundiprensa. Cap. 8 y 12
- Compendio de valoración agraria. Aut. E. Ramírez y F. García. Bloque IV

Tema 5.- Valoración fiscal e hipotecaria

- Valoración agraria. Conceptos, métodos y aplicaciones. Aut. R. Alonso y M^a T. Iruretagoyena. Ed. Mundiprensa. Pags. 240-254
- Compendio de valoración agraria. Aut. E. Ramírez y F. García. Bloque V
- Documentos oficiales de valoración fiscal e hipotecaria

Tema 6.- Valoración de empresas

- Valoración agraria. Conceptos, métodos y aplicaciones. Aut. R. Alonso y M^a T. Iruretagoyena. Ed. Mundiprensa. Pags. 273-305
- Compendio de valoración agraria. Aut. E. Ramírez y F. García. Bloque VII
- Valoración de empresas. Aut. P. Fernández. Ed. Gestión 2000. Capítulo 1
- Guía de valoración de empresas. Ed. Cinco Días. Capítulos 3-4

Tema 7.- Informes de valoración

- Informes de valoración proporcionados por el profesor

Temas 8 y 9.- Evaluación de inversiones agrarias

- Colom, A. (2009). Evaluación de la rentabilidad de proyectos de inversión. Ed. Universitat de Lleida.
- Alonso, R. y Serrano, A. (2000): Economía de la empresa agroalimentaria. Mundiprensa. Madrid.
- Gittinger. Economic analysis of agricultural projects. (Doc Pdf _ Web EIA).
- Ceña, F. y Romero, C. (1989): Evaluación económica y financiera de inversiones agrarias. Banco de Crédito Agrícola. Madrid.

PARTE II: COMERCIALIZACIÓN AGRARIA

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*. Desco. 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.

LUQUE, T. (1997): *Investigación de marketing*. Ariel. Barcelona.

RODRÍGUEZ-BARRIO, J.E. et al. (1990): *Gestión comercial de la empresa agroalimentaria*. Mundi-Prensa. Madrid.

VÁZQUEZ CASIELLES, R.; TRESPALACIOS GUTIÉRREZ, J.A. (1998): *Marketing: Estrategias y aplicaciones sectoriales*. Civitas. Madrid.

Horario de tutorías

Tutorías Programadas:

Ver web EIA

<http://www.unex.es/conoce-la-ueex/estructura-academica/centros/eia/informacion-academica/horarios>

Tutorías de libre acceso:

Ver web EIA

<http://www.unex.es/conoce-la-ueex/estructura-academica/centros/eia/informacion-academica/horarios>

Recomendaciones

- Disponer de los apuntes de la asignatura y asistir a clase regularmente.
- Repasar los métodos de cálculo matemático utilizados en la asignatura.
- Consultar regularmente la página de la asignatura en el Campus Virtual de la Universidad de Extremadura.
- Hacer todos los problemas propuestos para cada tema, sin mirar previamente la solución.
- Participar activamente en las tutorías programadas. Para ello, será necesario preparar el material necesario o estudiar los apartados que previamente indiquen los profesores.
- Ir estudiando los temas por orden, consultando todas las dudas que vayan surgiendo.
- Aprovechar adecuadamente las horas de tutorías de libre acceso.
- Asistir a todas las prácticas y seminarios habiendo repasado los conceptos teóricos y cálculos matemáticos que serán necesarios para su desarrollo.

Objetivos

El objetivo fundamental de la asignatura es que el alumno adquiera unos conocimientos básicos tanto de Comercialización Agroalimentaria como de Valoración Agraria, así como una visión de las herramientas más esenciales que se utilizan realización de informes de valoración y en el marketing agroalimentario.

Metodología

Para cada tema, se proporcionará documentación previamente que los alumnos deberán leer antes de clase. Posteriormente se realizará una exposición por parte del profesor, para explicar aquellos conceptos que más dificultad puedan plantear, complementándose dicha exposición con preguntas a los alumnos. Las clases se apoyarán en todos los temas en los que sea posible en el análisis y estudio por parte de los alumnos en grupo de artículos de revistas especializadas o de la prensa, que posteriormente se comentarán entre toda la clase.

Se desarrollarán sesiones de problemas en algunos temas, que tratarán de fijar los conocimientos adquiridos y dar una visión práctica al alumno. Además, y para algunos de los bloques de la asignatura, se desarrollarán sesiones prácticas en el aula de informática.

Material disponible

Se proporcionará al alumno material elaborado por los profesores para cada uno de los temas de la asignatura. Además, están disponibles en la Biblioteca de la EIA todos los libros recomendados. A través del campus virtual se proporcionará también aquel material adicional (artículos de revistas, e-books de libre difusión, etc.) necesario para el desarrollo de la asignatura

Recursos virtuales

La asignatura dispondrá de un aula virtual en el Campus Virtual de la UEx, en la que pondrá a disposición de los alumnos el material necesario y a través de la cual se realizarán las tareas y pruebas que se planteen durante el desarrollo de la asignatura.