

# Guía Docente

Modalidad Híbrida

Comercialización y  
Divulgación  
Agraria

Curso 2023/24

**M**áster Universitario en  
Ingeniería Agronómica



**UCAV**

[www.ucavila.es](http://www.ucavila.es)





Datos descriptivos de la Asignatura

<b>Nombre:</b>	COMERCIALIZACIÓN Y DIVULGACIÓN AGRARIA
<b>Carácter:</b>	OBLIGATORIA
<b>Código:</b>	41202MG
<b>Curso:</b>	2º
<b>Duración (Semestral/Anual):</b>	SEMESTRAL
<b>Nº Créditos ECTS:</b>	5
<b>Prerrequisitos:</b>	NINGUNO
<b>Lengua en la que se imparte:</b>	CASTELLANO
<b>Materia:</b>	ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS

1



Profesorado

**Responsable docente:** Rubén Linares Torres. Doctor Ingeniero Agrónomo especializado en viticultura. Manejo del suelo en cultivos leñosos. Uso sostenible de los recursos hídricos y gestión de empresas agroalimentarias.

**Email:** ruben.linares@ucavila.es

2



Objetivos y competencias

### 2.1. Conocimientos o contenidos:

- CN14.- Conocer las estructuras de comercialización de los productos agrarios.

### 2.2. Habilidades o destrezas:

- H10.- Saber diseñar estrategias de comercialización de productos agrarios.
- H13.- Ser capaz de proponer opciones tangibles para el desarrollo de una zona rural.
- H15.- Tener destreza para redactar y exponer oralmente informes técnicos.

### 2.3. Competencias:

- C4.- Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos para la solución de problemas planteados en situaciones nuevas, analizando la información proveniente del entorno y sintetizándola de forma eficiente para facilitar el proceso de toma de decisiones en empresas y organizaciones profesionales del sector agroalimentario.
- C5.- Capacidad para transmitir sus conocimientos y las conclusiones de sus estudios o informes, utilizando los medios que la tecnología de comunicaciones permita y teniendo en cuenta los conocimientos del público receptor.

- C6.- Capacidad para dirigir o supervisar equipos multidisciplinares y multiculturales, para integrar conocimientos en procesos de decisión complejos, con información limitada, asumiendo la responsabilidad social, ética y ambiental de su actividad profesional en sintonía con el entorno socioeconómico y natural en la que actúa.
- CT4. Cultivar los valores del humanismo cristiano, fundamentados en los principios de dignidad, libertad, verdad y solidaridad.
- CT7. Desarrollar la responsabilidad y el compromiso ético con el trabajo buscando la excelencia y el bien común.
- CT8. Adquirir la capacidad de liderazgo, con espíritu emprendedor y actitud de servicio.
- CT9. Desarrollar habilidades de comunicación y empatía en las relaciones interpersonales y en el trabajo en equipo.

#### **2.4. Resultados de aprendizaje específicos de la asignatura:**

##### Conocimientos o contenidos:

- Conocer las principales características sociales, económicas y productivas del sector agroalimentario español, así como los retos a los que se enfrenta Conocer los distintos tipos de mercados existentes.
- Conocer la estructura de la cadena de valor del sector agroalimentario español Conocer el concepto de marketing, así como los principales elementos que lo conforman (producto, precio, distribución y promoción).
- Conocer nuevas herramientas para la comercialización de productos agroalimentario.

##### Habilidades o destrezas:

- Ser capaz de realizar un estudio de mercado Ser capaz de realizar un plan de márketing.

##### Competencias:

- Ser capaz de detectar las necesidades del mercado y de diseñar un producto capaz de cubrirlas, asignándole un precio, un sistema de distribución y una promoción adecuada con el fin de alcanzar los objetivos de la empresa.



### 3.1. PROGRAMA

1. SITUACIÓN DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL ESPAÑOL ACTUAL.
2. LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS  
COMPORTAMIENTO DE LOS AGENTES DE LA CADENA COMERCIAL: DEL AGRICULTOR AL CONSUMIDOR.
3. TÉCNICAS DE MERCADO DE LOS PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS  
ESTRATEGIAS DE MARKETING DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS: MARKETING MIX
4. LA COMPETITIVIDAD EN EL SISTEMA ALIMENTARIO.
5. LA CADENA DE VALOR DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS.

### 3.2. BIBLIOGRAFÍA

ALONSO, R & SERRANO, A. (2008). Economía de la empresa agroalimentaria. 3º ed. Mundi-Prensa Libros. Madrid.

BRIZ. J & DE FELIPE, I. (2011). La cadena de valor agroalimentaria. Editorial Agrícola. Madrid.

BRIZ. J & DE FELIPE, I. (2013). Las Redes de cadena de valor agroalimentaria en el siglo XXI. Editorial Agrícola. Madrid.

CALDENTEY, P. (2004) Comercialización de productos agrarios. Mundi-Prensa Libros. Madrid.

GRANDE, I. y ABASCAL, E. (2011). Fundamentos y técnicas de investigación comercial. Esic Editorial. (Madrid).

PORRO, J. (2011). Aspectos Sociales, Económicos y Jurídicos de la Agroalimentación. Universidad de Cádiz. Cádiz.

SANTESMASES, M. (2001). Marketing, Conceptos y Estrategias. Piramide. Madrid.

URBANO, B. (2007). Comercialización y Marketing de Productos. Agroalimentarios. Junta de Castilla y León.

La asignatura se desarrollará a través de los siguientes métodos y técnicas generales, que se aplicarán diferencialmente según las características propias de la asignatura:

Relación de actividades:

- **Exposición** (síncrona): el profesor desarrollará los contenidos propios de la asignatura en streaming con la conexión a tiempo real de los alumnos. Las exposiciones del profesor realizadas en clase quedarán grabadas y serán accesibles a posteriori en la plataforma virtual.
- **Estudio de casos y realización de prácticas y/o ensayos** consistirán en el estudio por parte de los alumnos, individualmente o en grupo, de un caso real y concreto relacionado con la disciplina correspondiente, que le será propuesto por el profesor.
- **Breve Trabajo Individual:** consistirán en la realización por parte del alumno de un breve trabajo de investigación, la resolución de un caso práctico o de unos ejercicios y problemas prácticos propuestos por el profesor.
- **Reflexión grupal:** al finalizar cada una de las exposiciones temáticas por parte del profesor, se llevará a cabo un análisis y reflexión sobre lo expuesto que permita al alumno individualizar contenidos y aplicarlos a su desarrollo personal.

- **Tutoría personalizada:** tutoría individual el profesor en la que se orienta en el estudio, se dirigen los trabajos que esté realizando y se resuelven dudas.
- **Estudio del alumno:** trabajo individual del alumno en el que estudie la materia teórica.
- **Estudios dirigidos:** consistirán en la realización por parte del alumno de un estudio práctico relacionado con la disciplina correspondiente, bajo la dirección del profesor.



La evaluación es un componente fundamental de la formación del alumno. Está compuesta por un examen final escrito y la evaluación continua, que consta de ejercicios y actividades evaluables.

La evaluación de esta asignatura se realiza mediante la media del examen (valorado en un 60%) y la realización de un trabajo obligatorio individual (con valor del 40%).

#### Examen (60 % de la nota final)

La superación de dicho examen constituye un requisito indispensable para la superación de la asignatura. El alumno deberá tener en el examen al menos un 4 para poder realizar la ponderación de notas. El alumno con nota inferior se considerará suspenso. El alumno dispondrá de dos convocatorias de examen por curso académico.

**Si el examen es aprobado pero la asignatura se suspende por causas ajenas al examen (por ejemplo, suspender el trabajo), no se guardará la nota del examen para una convocatoria posterior.**

#### Trabajo obligatorio (40% de la nota final)

La superación del trabajo constituye un requisito indispensable para la superación de la asignatura. El alumno deberá tener en el trabajo al menos un 4 para poder realizar la ponderación de notas. El alumno con nota inferior se considerará suspenso. En el caso de tener el trabajo obligatorio superado y no

aprobar el examen, se guardará su nota hasta la segunda convocatoria de examen perteneciente al curso académico actual.

No se admitirán trabajos fuera de la fecha límite de entrega, que será comunicada al alumno con suficiente antelación. Con la no presentación del trabajo obligatorio se considerará suspensa la asignatura, independientemente de la nota obtenida en el examen.

EJERCICIOS Y ACTIVIDADES EVALUABLES	PROPORCIÓN
Trabajo obligatorio	40%
Examen final escrito	60%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

Para el apoyo tutorial, el alumno tendrá a su disposición un equipo docente encargado de acompañar al alumno durante toda su andadura en el proceso formativo, prestando una atención personalizada al alumno. Sus funciones están claramente diferenciadas complementándose al mismo tiempo. Las dos personas principales de este acompañamiento tutorial son:

- **Orientador Académico Personal:** encargado de planificar al alumno el estudio de la asignatura en función del tiempo disponible, incluso realiza nuevas planificaciones ajustándose a nuevos periodos marcados por el alumno según sus circunstancias personales y familiares. Otra de sus funciones es la de realizar un seguimiento del estudio del alumno, así como de dar al alumno información de carácter general necesaria en su proceso formativo.
- **Profesor docente:** encargado de resolver todas las dudas específicas de la asignatura y de informar al alumno de todas las pautas que debe seguir para realizar el estudio de la asignatura.

El alumno dispondrá de un horario de tutorías para contactar con estas figuras durante toda su formación académica. La información sobre el horario la encontrará el alumno en la plataforma virtual.

**Horario de tutorías de la asignatura:** En relación a los horarios de atención en tutorías para consultas, aclaración de dudas, revisiones de trabajos y exámenes, etc., el profesor informará en la plataforma Blackboard de las franjas en las que tenga disponibilidad, pudiendo variar de un cuatrimestre a otro y también durante los meses de verano. Todo ello será informado oportunamente y con suficiente antelación a través del Campus Virtual.

**Horario de Tutorías del profesor docente:**

- Primer semestre: Lunes de 15:00 a 17:00 y jueves de 15:00 a 17:00 horas.
- Segundo semestre: Martes de 15:00 a 17:00 y jueves de 15:00 a 17:00 horas.

**Herramientas para la atención tutorial:** Plataforma Blackboard, atención telefónica.

7

Prácticas Presenciales

Esta asignatura no requiere de la realización de prácticas en laboratorio.

8

Horario de la asignatura y Calendario de temas

**Las sesiones** se desarrollarán según la siguiente tabla, en la que se recogen el calendario de temas y las actividades de evaluación:

CONTENIDOS	ACTIVIDADES Y EVALUACIÓN
1º Semana	
SITUACIÓN DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL ESPAÑOL ACTUAL.	Exposición del profesor Estudio de casos y realización de prácticas y/o ensayos Reflexión grupal
2ª Semana	
2. LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS, COMPORTAMIENTO DE LOS AGENTES DE LA CADENA COMERCIAL: DEL AGRICULTOR AL CONSUMIDOR.	Exposición del profesor Estudio de casos y realización de prácticas y/o ensayos Reflexión grupal Estudios dirigidos
3º Semana	

<p>3. TÉCNICAS DE MERCADO DE LOS PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS ESTRATEGIAS DE MARKETING DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS: MARKETING MIX</p>	<p>Exposición del profesor Estudio de casos y realización de prácticas y/o ensayos Reflexión grupal Estudios dirigidos</p>
<p>4º Semana</p>	
<p>3. TÉCNICAS DE MERCADO DE LOS PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS ESTRATEGIAS DE MARKETING DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS: MARKETING MIX</p>	<p>Exposición del profesor Estudio de casos y realización de prácticas y/o ensayos Reflexión grupal</p>
<p>5ª Semana</p>	
<p>4. LA COMPETITIVIDAD EN EL SISTEMA ALIMENTARIO 5. LA CADENA DE VALOR DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS</p>	

**El plan de trabajo y las semanas son orientativos, pudiendo variar ligeramente, dependiendo de la evolución del alumno durante las distintas sesiones.**