GUÍA DOCENTE

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA

Denominación: **ECONOMÍA DE LA EMPRESA VITIVINÍCOLA**
Código: 102174
Plan de estudios: **GRADO DE ENOLOGÍA** Curso: 2
Denominación del módulo al que pertenece: FUNDAMENTAL
Materia: ASPECTOS LEGALES, SOCIALES Y ECONÓMICOS
Carácter: OBLIGATORIA Duración: SEGUNDO CUATRIMESTRE
Créditos ECTS: 6 Horas de trabajo presencial: 60
Porcentaje de presencialidad: 40% Horas de trabajo no presencial: 90
Plataforma virtual: No disponible hasta el comienzo del curso. Se informar cuando est disponible.

DATOS DEL PROFESORADO

Nombre: HARO GIMENEZ, TOMAS AQUINO (Coordinador)
Centro: ETSIAM
Departamento: ECONOMÍA, SOCIOLOGÍA Y POLITICA AGRARIAS
área: ECONOMÍA, SOCIOLOGÍA Y POLÍTICA AGRARIA
Ubicación del despacho: Campus Rabanales edificio Gregor Mendel planta 3ª ala Este
E-Mail: es1hagit@uco.es Teléfono: 957218470

Nombre: GUTIÉRREZ MARTÍN, CARLOS
Departamento: ECONOMÍA, SOCIOLOGÍA Y POLITICA AGRARIAS
área: ECONOMÍA, SOCIOLOGÍA Y POLÍTICA AGRARIA
Ubicación del despacho: Campus Rabanales edificio Gregor Mendel planta 3ª ala Norte
E-Mail: es1gumac@uco.es Teléfono: 967218463

Nombre: MONTILLA LÓPEZ, NAZARET MARÍA
Departamento: ECONOMÍA, SOCIOLOGÍA Y POLITICA AGRARIAS
área: ECONOMÍA, SOCIOLOGÍA Y POLÍTICA AGRARIA
Ubicación del despacho: Campus Rabanales edificio Gregor Mendel planta 3ª ala Sur
E-Mail: g02molon@uco.es Teléfono: 957218462

Nombre: RODRÍGUEZ ENTRENA, MACARIO
Departamento: ECONOMÍA, SOCIOLOGÍA Y POLITICA AGRARIAS
área: ECONOMÍA, SOCIOLOGÍA Y POLÍTICA AGRARIA
Ubicación del despacho: Campus Rabanales edificio Gregor Mendel planta 3ª ala Este
E-Mail: mrentrena@uco.es Teléfono: 957218442

REQUISITOS Y RECOMENDACIONES

Requisitos previos establecidos en el plan de estudios

Ninguno

Recomendaciones

Es conveniente tener nociones elementales de:
-Economía general y de la empresa: oferta, demanda, precios, costes
-Estadística básica
-Producción e industrialización de productos agroalimentarios

GUÍA DOCENTE

COMPETENCIAS

CB3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
CB4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
CG1	Capacidad para desarrollar sus actividades, asumiendo un compromiso social, ético y ambiental en sintonía con la realidad del entorno humano y natural.
CG2	Capacidad para el trabajo en equipos multidisciplinares y multiculturales.
CU3	Potenciar los hábitos de búsqueda activa de empleo y la capacidad de emprendimiento.
CE21	Ser capaz de dirigir una empresa vitivinícola y de colaborar en la política comercial y en la gestión económica y de los recursos humanos.
CE23	Ser capaz de aplicar la reglamentación y legislación nacional e internacional relacionada con el sector.

OBJETIVOS

- Dotar al estudiante de las bases conceptuales y estratégicas del marketing, a fin de que como futuro técnico o gestor de empresa agroalimentaria asuma los principios de la gestión comercial moderna: producción en función del mercado y diferenciación orientada el público objetivo.
- Capacitar al alumno en las diferentes técnicas de la valoración de fincas, empresas y recursos estratégicos, así como en la evaluación (valoración ex-ante) de proyectos de inversión.

CONTENIDOS

1. Contenidos teóricos

BLOQUE I: GESTIÓN COMERCIAL
Tema 1. Conceptos de marketing. Introducción**.** La orientación comercial en la gestión de la empresa. Elementos esenciales del marketing. Variables de marketing y marketing-mix.
Tema 2. Segmentación y posicionamiento. Conceptos y objetivos. Variables-criterio de segmentación. Estrategias de segmentación. Factores de selección de estrategia. Mapas de posicionamiento.
Tema 3. Estrategias de producto. El producto desde la óptica comercial.- Tipos de productos. Calidad comercial. Diferenciación del producto. Marcas. Envases. Ciclo de vida. Análisis de la gama de productos. Nuevos productos.
Tema 4. Estrategias de precio. Posibilidades de fijación de precios por las empresas. Métodos de fijación de precios. Cambios de precios: precios ofensivos y precios defensivos. Acciones particulares.
Tema 5. Estrategias de distribución. Estrategias sobre canales de distribución. Estrategias sobre puntos de venta. Logística de la distribución. Fuerza de ventas.
Tema 6. Estrategias de promoción. Las actividades de promoción: objetivos. La promoción genérica: aspectos particulares. La publicidad. Otras actividades de promoción: relaciones públicas, promoción de ventas, otras.
Tema 7. El plan de marketing. La planificación en marketing. Fases de la elaboración de un plan de marketing. El plan de marketing en la empresa agraria y alimentaria. Actuación colectiva en marketing agroalimentario.
BLOQUE II: VALORACIÓN
Tema 8. Análisis financiero de proyectos de inversión: VAN. Pago de inversión, vida del proyecto, flujo de caja. Contabilización de cobros y pagos. Criterios que dependen del tipo de capitalización: valor actual, valor actual neto y la relación beneficio/inversión.
Tema 9. Análisis financiero de proyectos de inversión: TIR, payback y plan financiero. Tasa interna de rendimiento versus valor actual neto. Criterio del plazo de recuperación o payback. Viabilidad financiera y plan financiero a largo plazo. Casos prácticos.
Tema 10. Valoración agraria clásica (fincas). Definición y objetivo de la valoración. Visión general de los métodos de valoración. Métodos sintéticos clásicos de valoración de fincas. Métodos sintéticos nuevos. Método analítico. Anexo: caso práctico.
Tema 11. Valoración subjetiva de explotaciones. Definición y objetivos. Concepto de valor subjetivo. Teorema de von Sieben. Marco legal de la valoración. Anexo: casos prácticos
Tema 12. Valoración de fincas con diferentes aprovechamientos: cultivos anuales, pastizales, frutos pendientes de cosechar, plantaciones arbóreas, fincas con agua para riego.
Tema 13. Valoración de montes, plantaciones forestales y arbolado ornamental: Valoración de la madera en pie, del suelo y del vuelo, de rodales regulares inmaduros e irregulares y de monte ordenado. Introducción a la Norma Granada: árboles sustituibles y no sustituibles.

2. Contenidos prácticos

Ejercicios, problemas y casos prácticos de aplicación en los distintos temas.

GUÍA DOCENTE

METODOLOGÍA

Adaptaciones metodológicas para alumnado a tiempo parcial y estudiantes con discapacidad y necesidades educativas especiales

El alumno a tiempo parcial tendrá las mismas tareas no presenciales a cumplir.
Para los estudiantes a tiempo parcial se tendrá en cuenta su condición y disponibilidad en la asignatura, tanto en el desarrollo de la misma como en su evaluación. La adaptación del estudiante a tiempo parcial a la asignatura se llevará a cabo de **mutuo acuerdo entre el profesor responsable y los alumnos implicados al inicio del cuatrimestr**e. Los criterios de evaluación siempre garantizarán la igualdad de derechos y oportunidades entre todos los compañeros.

Actividades presenciales

Actividad	Grupo completo	Grupo mediano	Total
Actividades de evaluación	3	-	*3*
Estudio de casos	9	-	*9*
Lección magistral	37	-	*37*
Prácticas en aula de informática	9	-	*9*
Tutorías	2	-	*2*
Total horas:	***60***	**-**	***60***

Actividades no presenciales

Actividad	Total
Búsqueda de información	*5*
Consultas bibliográficas	*5*
Ejercicios	*20*
Estudio	*40*
Problemas	*20*
Total horas:	**90**

MATERIAL DE TRABAJO PARA EL ALUMNO

Casos y supuestos prácticos - *An*isis de casos reales y ficticios*
Dossier de documentación - *En el aula virtual estar*a disposici* del alumnado la documentaci* necesaria para cada tema*
Ejercicios y problemas - *Ejercicios para responder fuera del aula aunque el resultado se deber*subir al aula virtual para su correcci* por el profesorado*
Guía docente de la asignatura - *Estar*disponible en la p*ina web de la ETSIAM y en el Aula Virtual de la UCO*

GUÍA DOCENTE

EVALUACIÓN

Competencias	Instrumentos: Asistencia (lista de control)	Casos y supuestos prácticos	Examen tipo test	Pruebas de respuesta corta	Pruebas de respuesta larga (desarrollo)
CB3		x			
CB4	x	x	x	x	x
CE21	x		x	x	x
CE23	x	x			
CG1		x			
CG2				x	x
CU3	x	x			
Total (100%)	**10%**	**20%**	**20%**	**25%**	**25%**
Nota mínima.(*)	**0**	**0**	**4**	**4**	**4**

(*) Nota mínima para aprobar la asignatura.

Aclaraciones generales sobre los instrumentos de evaluación:
P
Para la prueba escrita, aparte del examen final, cada profesor responsable de uno de los dos bloques de la asignatura podrá acordar la realización de un examen parcial previo al examen final.
En **cada uno de los bloques de la asignatura**, para la calificación final se ponderará del siguiente modo: Asistencia y participación en clase (10 %), Prácticas: trabajos en grupo y/o en aula de informática (20 %) y Examen final escrito (70 %). Para ello, es imprescindible que el alumno obtenga al menos una calificación de 4 puntos sobre 10 en el examen escrito.
La calificación final de la asignatura será la media aritmética de los dos bloques de que consta la asignatura, pudiendo haber compensación entre ambos bloques siempre que la calificación mínima del bloque no aprobado sea de 4 puntos sobre 10.
Importante: el alumno sospechoso de utilizar instrumentos fraudulentos en las pruebas de evaluación (copia en examen escrito, copia o plagio en trabajos prácticos o falsificación de firmas en los controles de asistencias) podrá ser evaluado de forma oral a instancias del profesor, y en presencia de otro profesor del área de conocimiento de Economía, Sociología y Política Agraria.

Aclaraciones sobre la evaluación para el alumnado a tiempo parcial y necesidades educativas especiales:
La prueba escrita se podrá realizar en dos parciales opcionales (uno por cada bloque de la asignatura) y un final, al que se acudirá con el/los bloque/s que no se haya superado un 5/10.
La calificación final será la media aritmética de los dos bloques de que consta la asignatura. Esto aplica tanto para la prueba escrita como para la resolución de casos prácticos en la proporción arriba indicada.
El alumno a tiempo parcial tendrá la misma evaluación de tareas no presenciales y de prueba escrita, que será común a todos.

Criterios de calificación para la obtención de Matrícula de Honor: *El requisito mínimo es haber obtenido la calificación de 9 sobre 10 en ambas partes de la asignatura*

BIBLIOGRAFÍA

1. Bibliografía básica:

GUÍA DOCENTE

BLOQUE I: GESTIÓN COMERCIAL (Temas 1-7):
- Caldentey, P.; De Haro, T.; Titos, A. y Briz, J. (1994). **Marketing Agrario.** Mundi-Prensa. Madrid
- Díez de Castro et al. (2006). **Merchandising. Teoría y práctica.** Pirámide. Madrid.
- Kotler, Ph. y Armstrong, G. (trad. Cámara, D. y Cruz, I.), 2004. **Marketing.** (10ª edición de Principles of Marketing).Ed. Prentice-Hall. Madrid.
- Munuera, A.L. y Rodríguez, A.I. (2002). **Estrategias de Marketing. Teoría y casos**. Pirámide. Madrid.
- Santesmases, M. et al. (2009). **Marketing. Conceptos y estrategias**. Pirámide. Madrid.

BLOQUE 2: VALORACIÓN (Temas 8-13):
Alonso, R. y Serrano, A. (2007). **Valoración agraria**. Casos prácticos de valoración de fincas. Editorial Agrícola Española. (2ª edición).
Caballer, V. (2008).a. Ed. Mundi-Pre **Valoración agraria: teoría y práctica**. (5ª edición). 406 p.
Guadalajara, N. (2010). **Valoración agraria. Casos prácticos.** Mundi-Prensa.
Morales, J.M. (2010). **Análisis de los diferentes métodos de valoración agraria: aplicación a la valoración de la finca "Valdetrigos" situada en la campiña baja de Córdoba**. Trabajo Profesional Fin de Carrera. ETSIAM.UCO.
Romero, C. (1998). **Evaluación Financiera de inversiones agrarias.** Mundi-Prensa. 78 p.

2. Bibliografía complementaria:

BLOQUE I: GESTIÓN COMERCIAL (Temas 1-7):
- González, E. y Alén, E. (coord.) (2005).- **Casos de Dirección de Marketing**. Prentice Hall, Madrid.
- Lambin, J.J. (1995).- **Casos prácticos de Marketing.** McGraw-Hill. Madrid.
- Montero, M.J.; Araque, R.A. y Gutiérrez, B. (2006).- **Fundamentos de Marketing. Ejercicios y soluciones**. McGraw Hill, Madrid.
- VVAA (2009).- **12 casos de Empresas Agroalimentarias Españolas.** Fundación San Telmo, MARM, AECOC y RABOBANK. Sevilla.

BLOQUE II: VALORACIÓN (Temas 8-13):
Adicionalmente para cada tema se aportará bibliografía y materiales que estarán disponibles en el aula virtual.

CRITERIOS DE COORDINACIÓN

Ningún criterio introducido.

Las estrategias metodológicas y el sistema de evaluación contempladas en esta Guía Docente serán adaptadas de acuerdo a las necesidades presentadas por estudiantes con discapacidad y necesidades educativas especiales en los casos que se requieran.