GUÍA DOCENTE

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA

Denominación: **ECONOMÍA**
Código: 572006
Plan de estudios: **MÁSTER UNIVERSITARIO EN OLIVICULTURA Y ELAIOTECNIA** Curso: 1
Créditos ECTS: 8.0 Horas de trabajo presencial: 80
Porcentaje de presencialidad: 40.0% Horas de trabajo no presencial: 120
Plataforma virtual:

DATOS DEL PROFESORADO

Nombre: GALLARDO COBOS, ROSA MARIA (Coordinador)
Departamento: ECONOMÍA AGRARIA, FINANZAS Y CONTABILIDAD
Área: ECONOMÍA, SOCIOLOGÍA Y POLÍTICA AGRARIA
Ubicación del despacho: Campus de Rabanales, C5 - 3ª Planta
E-Mail: es2gacor@uco.es Teléfono: 957218546

Nombre: LUCENA COBOS, BLANCA VICTORIA
Departamento: ESTADÍSTICA, ECONOMETRÍA, INVESTIGACIÓN OPERATIVA, ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS Y
Área: ESTADÍSTICA E INVESTIGACIÓN OPERATIVA
Ubicación del despacho: Campus de Rabanales, C1
E-Mail: pg1lucob@uco.es Teléfono: 957218479

Nombre: SÁNCHEZ ZAMORA, PEDRO
Departamento: ECONOMÍA AGRARIA, FINANZAS Y CONTABILIDAD
Área: ECONOMÍA, SOCIOLOGÍA Y POLÍTICA AGRARIA
Ubicación del despacho: Campus de Rabanales, C5 - 3ª Planta
E-Mail: g22sazap@uco.es Teléfono: 957218444

REQUISITOS Y RECOMENDACIONES

Requisitos previos establecidos en el plan de estudios

Ninguno

Recomendaciones

Ninguna especificada

GUÍA DOCENTE

COMPETENCIAS

CG1	Que los estudiantes sepan analizar resultados o estrategias y elaborar conclusiones que aporten un esclarecimiento de los problemas y puedan suponer una solución a los mismos
CG3	Que los estudiantes propicien actitudes de intercambio y colaboración con otros estudiantes, investigadores y profesionales
CB6	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
CB7	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
CB8	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
CB9	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
CB10	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo
CT1	Habilidad en la búsqueda de información y en el tratamiento selectivo de la misma
CT2	Capacidad de integrar conocimientos para aplicarlos a la resolución de problemas complejos y a la corrección de defectos encontrados
CT3	Experiencia en el análisis de situaciones y en la toma de decisione
CT4	Capacidad de estudio autónomo para actualizar conocimientos y saber adaptarse a nuevas problemáticas
CT5	Aptitud para proporcionar formación a los grupos de interés y saber comunicar la problemática a diversos tipos de púb
CT6	Experiencia en la preparación y presentación de textos científicos, de comunicaciones orales y en la defensa pública de las mismas
CT7	Capacidad de integración en grupos de trabajo
CE1	Entender las principales teorías sobre el conocimiento científico en el área de la olivicultura y la elaiotecnia
CE2	Utilizar y desarrollar metodologías, técnicas y programas de uso específico en olivicultura y la elaiotecnia
CE4	Comprender y aplicar los modelos y métodos avanzados de análisis cualitativo y cuantitativo en el área de la olivicultura y la elaiotecnia
CE5	Desarrollar estrategias de optimización de modelos y sistemas en olivicultura y la elaiotecnia , comprobando y, en su caso, mejorando su eficiencia

OBJETIVOS

Saber analizar las características y peculiaridades del sector oleícola, su estructura y funcionamiento, el marco regulador, demanda y consumo, y las implicaciones en el planteamiento y diseño de estrategias y planes, con especial incidencia en las estrategias internacionales.

Conocer los elementos teóricos de la comercialización y del marketing y el uso de las herramientas y metodologías de estas disciplinas, analizando las estrategias empleadas por los distintos agentes que operan en el sector, especialmente las de diferenciación para el desarrollo de ventajas competitivas.

Introducir métodos básicos de captura y tratamiento de información (Internet, base de datos, sistemas de información geográfica) orientada a la toma de decisiones. Incorporar el contexto de digitalización del sector agroalimentario y, cuando proceda, cómo afecta al sector oleícola.

GUÍA DOCENTE

CONTENIDOS

1. Contenidos teóricos

Módulo 1. El sector del aceite de oliva: sistemas de producción y consumo.
Estructura y funcionamiento del sector oleícola. Evaluación de la multifuncionaldad y la sostenibilidad del sistema productivo olivarero. Demanda y consumo. Demanda y valoración de atributos de calidad del aceite de oliva. La regulación del sector del aceite de oliva.

Módulo 2. Comercialización y marketing.
Comercialización del aceite de oliva. Cálculo de márgenes y normas INCOTERMS. Mecanismos de aseguramiento del precio. Conceptos de marketing: marketing estratégico y marketing operativo. Estrategias de comercialización: ventas a granel versus ventas envasado.

Módulo 3. Comercio Internacional y estrategias de grupos industriales y cooperativas.
Comercio internacional del aceite de oliva. Estrategias de los grupos industriales. Estrategias de las almazaras cooperativas. Nuevas estrategias de innovación.

Módulo 4. Sistemas de información para la caracterización del sector oleícola.
Métodos y sistemas para la búsqueda de información. La digitalización del sector agroalimentario.

2. Contenidos prácticos

1. Comercialización en una pyme: El caso de Aceites Luque.
2. Distintos ejemplos relacionados con los contenidos teóricos.
3. Realización de casos prácticos de búsqueda y tratamiento de información, con especial referencia a los sistemas de información geográfica.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE RELACIONADOS CON LOS CONTENIDOS

Fin de la pobreza
Hambre cero
Salud y bienestar
Energía asequible y no contaminante
Industria, innovación e infraestructura
Producción y consumo responsables
Acción por el clima
Vida de ecosistemas terrestres

METODOLOGÍA

Aclaraciones

Los requisitos para los alumnos a tiempo parcial serán los mismos que para el resto del alumnado.

Actividades presenciales

Actividad	Total
Actividades de evaluación	2

GUÍA DOCENTE

Actividad	Total
Debates	5
Estudio de casos	15
Lección magistral	48
Salidas	10
Total horas:	***80***

Actividades no presenciales

Actividad	Total
Búsqueda de información	10
Consultas bibliográficas	10
Estudio	90
Trabajo de grupo	10
Total horas:	***120***

MATERIAL DE TRABAJO PARA EL ALUMNO

Dossier de documentación
Manual de la asignatura
Presentaciones PowerPoint
Referencias Bibliográficas

Aclaraciones

La mayoría del material estará disponible en la plataforma Moodle de la UCO.

EVALUACIÓN

Instrumentos	Porcentaje
Asistencia (lista de control)	10%
Examen final	70%
Informes/memorias de prácticas	20%

GUÍA DOCENTE

Periodo de validez de las calificaciones parciales:

Curso académico

Aclaraciones:

BIBLIOGRAFIA

1. Bibliografía básica

BERRY, J.K. (1995). **Beyond Mapping: Concepts, Algorithms and Issues in GIS**. GIS World Books, Fort Collins, USA..

BURROUGH, P.A. (1986). **Principles of Geographic Information Systems for Land Resource Assessment**. Monographs on Soil and Resources Survey No. 12, Oxford Science Publications, New York.

CALDENTEY, P.; DE HARO, T.; TITOS, A. y BRIZ, J. (1994). **Marketing agrario**. Mundi-Prensa. Madrid

CALDENTEY, P y DE HARO, (2004). **Comercialización de productos agrarios.(5ª edición).** Editorial Agrícola Española S.A. y Mundi-Prensa S.A. Madrid. (Capítulos II, V, IX y X).

CALDERÓN, K., (2005). **La marca colectiva: un beneficio para las micro, pequeñas y medianas empresas**.

COM (2016) **Digitalización de la industria europea. Aprovechar todas las ventajas de un mercado único digital.** Bruselas 19,4.2016.

COMISIÓN EUROPEA (2012). **Análisis económico del sector oleícola**. Bruselas

ICEX (2012). **Información sectorial: El aceite de oliva**. Madrid

LUCENA, B; MANRIQUE, T y MÉNDEZ, MA (2017)**. La olivicultura en el Mundo y en España. En "El cultivo del olivo". Editorial Mundiprensa.**

MARM (2010**). Estudio de la cadena de valor y formación de precios del aceite de oliva**. Madrid

PÉREZ HERNÁNDEZ, P.P. (2010). **El futuro de la Política Agraria Común y sus efectos en el aceite de oliva.** En Analistas Económicos de Andalucía, Informe Anual del Sector Agrario en Andalucía 2009. Fundación Unicaja. Málaga

Webs de organismos oficiales nacionales e internacionales con información estadística (FAO, UE, COI, Gobierno de España, Junta de Andalucía y Gobiernos de otros territorios).

Webs de aplicaciones de software libre relacionado con los sistemas de información.

2. Bibliografía complementaria

Ninguna

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.