



Universidad  
Politécnica  
de Cartagena

Campus  
de Excelencia  
Internacional

## Guía docente

# DIRECCIÓN COMERCIAL Y NEGOCIACIÓN PARA LA EMPRESA AGROALIMENTARIA

Curso 2024-2025



MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE  
AGRONEGOCIOS

ENAE-TECH



## 1. Descripción general

Nombre	DIRECCIÓN COMERCIAL Y NEGOCIACIÓN PARA LA EMPRESA AGROALIMENTARIA
Código	248101005
Carácter	Obligatoria
ECTS	3
Unidad temporal	Cuatrimestral 1
Unidad temporal	Curso 1º - Primer cuatrimestre
Menciones / especialidades	
Idioma en la que se imparte	Castellano/Inglés
Modalidad de impartición	Presencial/Semipresencial/Virtual
Descripción	<p>La finalidad básica de este curso es que el participante valore la importancia de los canales de distribución para el éxito de las empresas agroalimentarias, y conozca los principales conceptos, métodos y herramientas para realizar con éxito la gestión de los canales de distribución.</p> <p>La formación obtenida con este curso pretende potenciar las competencias necesarias para que los participantes puedan desarrollar adecuadamente las atribuciones profesionales relacionadas con el diseño y gestión de los canales de distribución de la empresa agroalimentaria, bien tomando e implementando decisiones comerciales exitosas, o prestando asesoramiento a los responsables de tomar las decisiones en esta materia.</p> <p>También la competencia de ser un buen negociador, y estar preparado para actuar con profesionalidad y habilidad estratégica; utilizando técnicas y herramientas adecuadas para la eficiente conducción del proceso de negociación y el logro de sus resultados.</p>

## 2. Datos del profesorado

Nombre y apellidos	FERNANDO GIMENO ARIAS
Área de conocimiento	Organización de Empresas
Titulación	LICENCIADO EN CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES Y DOCTOR EN MARKETING
Categoría profesional	Propia



### 3. Competencias y resultados del aprendizaje

#### 3.1. Competencias básicas del plan de estudios asociadas a la asignatura

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.

#### 3.2. Competencias generales del plan de estudios asociadas a la asignatura

CG4 - Planificar e implementar estrategias de marketing y comunicación para empresas agroalimentarias.

#### 3.3. Competencias específicas del plan de estudios asociadas a la asignatura

CE5 - Tomar decisiones relativas a los canales de distribución y venta de productos en la empresa agroalimentaria.

CE14 - Identificar y analizar nuevos modelos de mercados y productos sostenibles existentes en el sector agroalimentario.

#### 3.4. Competencias transversales del plan de estudios asociadas a la asignatura

CT7 - Diseñar y emprender proyectos innovadores.

#### 3.5. Resultados del aprendizaje de la asignatura

1. Analizar y realizar la actividad comercial o de ventas teniendo en cuenta los canales de distribución.
2. Analizar las decisiones de diseño y dirección de los canales de distribución.
3. Reconocer las principales decisiones relativas al punto de venta.
4. Analizar cómo se desarrolla la negociación y utilizar las estrategias y técnicas más adecuadas en cada situación.
5. Manejar el vocabulario negociador.
6. Plantear soluciones ante una situación, estableciendo un plan de actuación apropiado, mediante la gestión del conocimiento adquirido y de la información disponible.

#### 4. Contenidos

Contenidos del plan de estudios asociados a la asignatura
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Canales de distribución de productos agroalimentarios.</li> <li>• Diseño y gestión de los canales de distribución.</li> <li>• Tipología de mercados agroalimentarios: mercados en origen, en destino, mayoristas, detallistas, de opciones y de futuros.</li> <li>• Situación actual y perspectivas de la distribución de alimentos.</li> <li>• El punto de venta</li> <li>• La negociación comercial con clientes y proveedores</li> <li>• Habilidades necesarias en el proceso negociador</li> </ul>

#### 5. Actividades formativas

5.1 Actividades formativas Modalidad PRESENCIAL	Horas	Presencialidad
AF1: Exposición Teórica / Clase Magistral	15	100%
AF2: Seminarios / Aprendizaje orientado a proyectos / Estudios de Casos. Exposición y Discusión de Trabajos	10	100%
AF3. Trabajo autónomo del estudiante (Estudio del material, lectura del material de apoyo, visionado de vídeos, realización de casos prácticos, etc.)	48	0%
AF4. Tutorías individualizadas o en grupo.	2	0%
AF5: Foros de opinión.	0	0%
AF7. Prácticas en empresas	0	0%
5.2 Actividades formativas Modalidad SEMIPRESENCIAL	Horas	Presencialidad
AF1: Exposición Teórica / Clase Magistral	8.5	100%
AF2: Seminarios / Aprendizaje orientado a proyectos / Estudios de Casos. Exposición y Discusión de Trabajos	2	100%
AF3. Trabajo autónomo del estudiante. (Estudio del material, lectura del material de apoyo, visionado de vídeos, realización de casos prácticos, etc.)	60.5	0%



AF4. Tutorías individualizadas o en grupo.	2	0%
AF5: Foros de opinión.	2	0%
AF6. Prácticas en empresas	0	0%
<b>5.3 Actividades formativas Modalidad VIRTUAL</b>	<b>Horas</b>	<b>Presencialidad</b>
AF1: Exposición Teórica / Clase Magistral	8.5	0%
AF2: Seminarios / Aprendizaje orientado a proyectos / Estudios de Casos. Exposición y Discusión de Trabajos	2	0%
AF3. Trabajo autónomo del estudiante. (Estudio del material, lectura del material de apoyo, visionado de vídeos, realización de casos prácticos, etc.)	60.5	0%
AF4. Tutorías individualizadas o en grupo.	2	0%
AF5: Foros de opinión.	2	0%
AF6. Prácticas en empresas	0	0%

## 6. Metodologías Docentes

Metodologías Docentes
<p><b>MD1.</b> Actividades de clase expositiva. Sesiones presenciales, en el aula o a través de videoconferencias, donde el profesor presentará el contenido de la materia utilizando los recursos docentes disponibles.</p> <p><b>MD2.</b> Realización de clases prácticas que realizará el profesor en el aula o de forma virtual, donde las actividades requerirán la participación activa de los alumnos como elaboración y presentación de informes, resolución de casos, etc.</p> <p><b>MD3.</b> Aprendizaje autónomo dirigido. El profesor propondrá cuestiones teórico prácticas que el alumno deberá resolver con la bibliografía y el material recomendado para ser posteriormente analizadas.</p> <p><b>MD4.</b> Tutorías individualizadas o en grupo. Sesiones de intercambio individual o en grupo para guiar al estudiante en la realización de la materia.</p>



## 7. Sistema de evaluación

Sistema de Evaluación	
Descripción	Ponderación
<b>SE1:</b> Participación y aportaciones a discusiones teóricas y casos prácticos realizados en clase de manera individual o en grupo.	<b>20%</b>
<b>SE2:</b> Pruebas escritas (Exámenes). Pruebas objetivas, de desarrollo, de respuesta corta, de ejecución de tareas, de escala de actitudes, realizadas por los alumnos para mostrar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos.	<b>40%</b>
<b>SE3:</b> Informes escritos, trabajos, casos prácticos, caso final, etc.	<b>40%</b>

### Observaciones:

- No es recuperable el S1.
- Se guardará nota del S3 en el caso de no superar la asignatura en primer cuatrimestre si supera el 5.

## 8. Bibliografía y recursos

### 8.1. Bibliografía básica [↗](#)

Sergio Román e Inés Küster (2014): “Gestión de la venta personal y equipos comerciales”. Editorial Paraninfo

Mauro Rodríguez Estrada (2003),” Técnicas de Negociación”, Editorial Mac Graw Hill.

Roger Fisher , William Ury y Bruce Patton (2002) ” Obtenga el SI. El arte de negociar sin ceder”, Ediciones Gestión 2000.Barcelona.

Fernando de Dasí y Rafael Martinez-Vilanova (2010)” Técnicas de negociación. Un método práctico”. Editorial ESIC, Madrid

### 8.2. Bibliografía complementaria [↗](#)

“Manual de Procedimiento negociador - Ejercicios”, que contiene 24 ejercicios.

Casos prácticos, separados en tres documentos:

o Caso “Carrefour”

o Caso “Tiendas Megasport S. A.”

o Caso “Mercadona”