



PROGRAMA DE ASIGNATURA

EC901ELE Comercialización Agropecuaria (*Foods marketing*)

Créditos: 6 / Horas Presenciales: 3.0 / Horas No Presenciales: 2.0

Facultad de Ciencias Agronómicas, Departamento de Economía Agraria

CARACTERÍSTICAS FORMATIVAS DE LA ASIGNATURA

PROPÓSITO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Esta asignatura entrega conocimientos avanzados que permiten comprender el sistema comercial, interpretar señales del mercado, plantear estrategias y tácticas de marketing. La asignatura está dirigida a estudiantes que tengan interés por trabajar en el área de análisis de mercado, marketing de empresas y en organizaciones que tengan relación con el sector agroalimentario.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

- 1.- Comprende el sistema de comercialización de productos y servicios agroalimentarios como elemento fundamental para entender el desarrollo comercial de los negocios agropecuarios
- 2.- Utiliza herramientas de investigación de mercado para visualizar y caracterizar espacios de mercado que permitan tomar decisiones informadas en el plano comercial.
- 3.- Planifica estrategias de marketing para potenciar el desarrollo de un agronegocio.

COMPETENCIAS

Gestiona sistemas comerciales de bienes y servicios del sector agropecuario para rentabilizarlos económica y socialmente

SABERES / CONTENIDOS:

- Principios económicos para la comercialización de productos y servicios agroalimentarios
- Costos de comercialización
- Agentes comerciales y cadena del valor
- Marco económico para estimación de márgenes de comercialización
- Las utilidades económicas en el proceso de agregación de valor

- Instrumentos para gestionar el riesgo comercial: mercados de futuro y aspectos financieros.

-Sistemas de información comercial

- Fundamentos de marketing para agronegocios

Producto

Precio

Promoción y publicidad

Plaza

-Fundamentos de investigación de mercado

Muestra y población

Deperminación de tamaño muestral

Fuentes de información

Análisis estadístico

El informe comercial

- Diseño de estrategias comerciales

Los componentes de una estrategia comercial

Las estrategias comerciales en la práctica

La redacción del plan de marketing.

METODOLOGÍA:

De enseñanza: Clases expositivas interactivas, resolución de problemas, estudio de casos, trabajos en equipo, salidas a terreno a mercados mayoristas y centros de distribución de supermercados.

De aprendizaje: Análisis de situaciones reales por parte del estudiante, discusiones grupales, generación de informes profesionales, presentaciones escritas y orales, análisis de casos, realización de mapas conceptuales. Auto-instrucción a través de lecturas y desarrollo de trabajos.

RECURSOS Y EVALUACIONES

METODOLOGÍAS DE EVALUACIÓN:

La asignatura de Comercialización Agropecuaria considera una serie de actividades calificadas que permitirán gradualmente visualizar la adquisición de los resultados de aprendizaje antes señalados. Estas actividades comprenden: dos pruebas de cátedra, una presentación y defensa de trabajo final. Todo lo anterior se suma a un examen final integrador

REQUISITOS DE APROBACIÓN:

ASISTENCIA: 75% Teoría y 100% Prácticas

NOTA DE APROBACIÓN MÍNIMA: 4.0

REQUISITOS PARA PRESENTACIÓN A EXÁMEN: Obligatorio

PALABRAS CLAVE:

Marketing agropecuario; comercialización; estrategias comerciales

BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA:

No se considera bibliografía obligatoria

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

No se considera bibliografía complementaria, sin embargo se sugieren los siguientes textos como lectura de consulta y apoyo para los estudiantes que lo requieran:

KINNEAR Th. y TAYLOR D., (1989). INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. Ed. McGraw Hill. Bogotá.

KOTLER P., (1989). MERCADOTECNIA. 3ª Edición. Ed. Prentice Hall. Madrid.

KOTLER P., G. ARMTRONG, J. SAUNDERS, V. WONG, S. MIQUEL, E. BIGNÉ y E. CÁMARA. (2000). INTRODUCCIÓN AL MARKETING. 2ª Edición Europea.. Ed. Prentice Hall. Madrid.

MALHOTRA N., (1997). Investigación de Mercados: Un enfoque práctico. Ed. Prentice Hall. México.

MORA, M.; BRUNA G.; KERN, W.; MARCHANT, R.; ESPINOZA, J. (2003). Comercialización de Productos de Origen Agropecuario y Agroindustrial. Programa de Gestión Agropecuaria. Ministerio Agricultura de Chile- Fundación Chile- Universidad de Chile. 76 p. Su elaboración se debe a un proyecto

MORA, M.; CASTRO, M., FICHET, T. 2011. Mercado de la aceituna de mesa en Chile. Proyecto: incrementos del potencial productivos de huertos de olivos en la III Región. INNOVA CORFO. Ediciones Serie Ciencias Agronómicas, N° 16, Facultad de Ciencias Agronómicas, Universidad de Chile. pp. 145-171.

MORA, M. 2010. Comercialización y marketing de productos de origen caprino. En: "Producción Caprina, Leche, Carne, Pelo y Piel". pp. 503-524. Editor y autor principal: Patricio Azócar. Editorial Universitaria.

MORA, M.; ESPINOZA, J.; SCHNETTLER, B.; ECHEVERRÍA, G.; PREDIERI, S.; INFANTE, R. 2011. Perceived quality in fresh peaches: an approach through structural equation modeling. Revista Ciencia e Investigación Agraria. Vol. 38 (2): 179-190.

NESS M. and GERHARDY H., (1994). CONSUMER PREFERENCES FOR QUALITY AND FRESHNESS ATTRIBUTES OF EGGS. British Food Journal. Vol. 96. N°3, pp. 26-34.

PORTER, M. (1982). ESTRATEGIA COMPETITIVA: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. Compañía Editorial Continental, S.A. México, 407 pág.

PORTER, M. 1987. (VENTAJA COMPETITIVA): Creación y sostenimiento de un desempeño superior. Compañía Editorial Continental, S.A. México, 550 pág.

PORTER, M. (1991) LA VENTAJA COMPETITIVA DE LAS NACIONES. Editorial Javier Vergara S.A. 1.025 pág.

STANTON W., (1995). FUNDAMENTOS DE MARKETING. Ed. McGraw Hill. México.

SCHNETTLER, B.; MIRANDA, H.; SEPÚLVEDA, J.; DENEGRI, M.; MORA, M.; LOBOS, G.; VIVIANI, J. 2011. Preferences for berries among consumers in southern Chile: blueberries are produced but are they consumed? Journal of Food Science, Volume 76 (7):

RECURSOS WEB:

www.minagri.cl

www.odepa.cl

www.lovalledor.cl Mercado mayorista de frutas y hortalizas en fresco

www.cencosud.cl

www.dys.cl

<http://www.feriaslibresdechile.cl>

www.fia.cl

www.ine.cl

www.corfo.cl

www.sag.cl

www.fao.org

Fecha de última autorización 28-04-2015