



**UNIVERSIDAD DEL
SALVADOR**
*Delegación Provincia de Corrientes
Campus "San Roque González de Santa Cruz"*

Plan. Res. Rec. 260/2006

PROGRAMA

- 1. CARRERA: Agronomía**
- 2. MATERIA/ SEMINARIO/OBLIGACION ACADEMICA: Producción y Comercialización**
- 3. AÑO ACADÉMICO: Quinto Año - 2014**
- 4. SEDE: Delegación Provincia de Corrientes – Campus "San Roque González de Santa Cruz"**
- 5. COMPOSICIÓN DE LA CÁTEDRA: Ing. Agr. Domingo Oscar Acuña**
- 6. ASIGNACIÓN HORARIA:**
- 7. FUNDAMENTACIÓN DE LA MATERIA/SEMINARIO EN LA CARRERA:**

Los contenidos de la materia coinciden con contenidos curriculares básicos exigidos en el núcleo temático Socioeconomía, del Área Materias Aplicadas Agronómicas, en la Resolución 334 del Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología, del 2 de septiembre de 2003.

- 8. EJE/ÁREA EN QUE SE ENCUENTRA LA MATERIA/SEMINARIO DENTRO DE LA CARRERA:**
Socioeconomía – Materias Aplicadas Agronómicas

9. OBJETIVOS DE LA MATERIA/SEMINARIO:

- Que el alumno reconozca la interrelación biunívoca entre producción y comercialización.
- Que logre reconocer que la producción de un rubro determinado es el resultado del análisis entre la demanda y el mercado, por un lado y las características del modelo productivo que se elija, por el otro.
- Que el alumno reconozca que la comercialización es un proceso formado por varias etapas donde la última es la venta.

- Que el alumno reconozca que la comercialización es una herramienta para la producción.

10. UNIDADES TEMÁTICAS, CONTENIDOS, BIBLIOGRAFÍA POR UNIDAD TEMÁTICA:

UNIDAD TEMÁTICA N° 1: Producción y oferta

Producción agropecuaria. Clasificación. Rubros de producción sustitutiva y complementaria. Los insumos en el proceso de producción. La tecnología en el proceso de producción. Productividad y rentabilidad. Su análisis. La producción y los precios. Costos unitarios y rentabilidad.

Bibliografía:

Economía agraria. Coscia, Adolfo

UNIDAD TEMÁTICA N° 2: Teoría de la producción

Ley de los rendimientos decrecientes. Rendimientos decrecientes, precios y niveles óptimos de producción. Marginalidad de la producción agropecuaria. Volumen de producción e ingresos del productor. Regulación de la producción. Los costos en la producción agropecuaria. Análisis de los factores que determinan la producción de un rubro.

Bibliografía:

Microeconomía, Pindyck, Robert S. y Rubinfeld, Daniel L.

UNIDAD TEMÁTICA N° 3: Teorías del consumo y de la demanda

Consumo y demanda: diferencias. Factores que determinan la distribución de los rubros alimenticios. Proyección de la demanda.

Bibliografía:

Microeconomía, Pindyck, Robert S. y Rubinfeld, Daniel L.

UNIDAD TEMÁTICA N° 4: Comercialización de productos agropecuarios

Concepto y características de la comercialización agraria. Importancia. Comercialización en las siguientes etapas del desarrollo agrario. La comercialización y la especialización en la producción. La producción, comercialización y consumo como un concepto unitario en la agricultura moderna. Factores que originan cambios en la comercialización. El comercio internacional de productos del agro.

Bibliografía:

Compendio de mercadeo de productos agropecuarios. Mendoza, Gilberto.

UNIDAD TEMÁTICA N° 5: Sistema de comercialización

Concepto. Estructura y funciones del sistema de comercialización. Estructural. Funcional. Funciones de intercambio. Comerciantes. Canales de comercialización.

Bibliografía:

Compendio de mercadeo de productos agropecuarios. Mendoza, Gilberto.

UNIDAD TEMÁTICA N° 6: La comercialización desde el punto de vista del costo
Costo de comercialización. Márgenes. Costos de mercados. Pérdidas post-cosecha.

Bibliografía: Compendio de mercadeo de productos agropecuarios. Mendoza, Gilberto.

UNIDAD TEMÁTICA N° 7: Funciones físicas de la comercialización

Importancia. Interrelación de las funciones físicas. Transporte. Avances en materia de transporte. Almacenaje. Acondicionamiento y procesado.

Bibliografía:

Compendio de mercadeo de productos agropecuarios. Mendoza, Gilberto.

UNIDAD TEMÁTICA N° 8: Mercados

Concepto. Mercado perfecto. Mercado institucionalizado. Tipos de mercados. La competencia en los mercados de productos agropecuarios. Descentralización del mercado. El mercado y los precios. Mercados de concentración de productos perecederos. Integración.

Bibliografía:

Compendio de mercadeo de productos agropecuarios. Mendoza, Gilberto.

UNIDAD TEMÁTICA N° 9: Precios agropecuarios

Aspectos generales. Precios y costos agropecuarios. Precio de mercado. Precio político y precio concertado. Formación del precio del mercado. Regulación de precios por parte del Estado. Variación de precios agropecuarios. Componentes. Variaciones cíclicas. Variaciones estacionales. Variaciones coyunturales. Precios internos e internacionales. Grado de correlación.

Bibliografía:

Compendio de mercadeo de productos agropecuarios. Mendoza, Gilberto.

UNIDAD TEMÁTICA N° 10: Tipificación

El factor calidad. Ventaja de la tipificación. Estructura y requisitos de un sistema racional de tipificación. Normalización de envases. La importancia de la tipificación. Mercado a término.

Bibliografía:

Compendio de mercadeo de productos agropecuarios. Mendoza, Gilberto.

UNIDAD TEMÁTICA N° 11: Información de mercado

Importancia. Requisito para un buen servicio de información de mercado. La información de mercado en Argentina. Aspectos generales. Investigación de mercado. Alcances y objetivos. Aspectos metodológicos. Un tipo o modelo para investigación de mercado.

Bibliografía:

Compendio de mercadeo de productos agropecuarios. Mendoza, Gilberto.

UNIDAD TEMÁTICA N° 12: Tipología de la organización para el mercado

La organización cooperativa. Cooperativas agropecuarias. Puntos de comercialización. Organización de mayoristas. Cadenas detallistas. Organización de los consumidores. El mercado en el ámbito internacional.

Bibliografía:

Compendio de mercadeo de productos agropecuarios. Mendoza, Gilberto.

UNIDAD TEMÁTICA N° 13: Los proyectos en la comercialización agropecuaria

Elementos de análisis para proyectos de comercialización. Casos de comercialización. Instituciones encargadas en nuestra provincia y en el país de promover la comercialización.

Bibliografía:

Compendio de mercadeo de productos agropecuarios. Mendoza, Gilberto.

UNIDAD TEMÁTICA N° 14: El Estado y la comercialización de los productos agropecuarios

Objetivos de la política del Estado en la comercialización de los productos del agro. Modelo de comercialización. Medios o acciones que actúan sobre la oferta y sobre la demanda. Manejo directo de los precios. Acciones sobre la estructura del mercado. Acciones que tienden a aumentar la eficiencia del proceso de comercialización.

Bibliografía:

Economía agraria. Coscia, Adolfo

UNIDAD TEMÁTICA N° 15: Comercialización de productos regionales y nacionales

Canales, estructura y mercado. Normatización de los mismos, antecedentes y situación actual. Comercialización del ganado bovino en la Región y en el país. Caso del arroz.

Bibliografía:

publicaciones actualizadas sobre cadenas de productos regionales y nacionales.

UNIDAD TEMÁTICA N° 16: Mercado mundial de productos agropecuarios

Mercado mundial de productos regionales y nacionales. Evolución. Análisis de las perspectivas.

Bibliografía:

La nueva economía y negocios agroalimentarios. Ordóñez, Héctor Alfredo. Buenos Aires: Facultad de Agronomía. Universidad de Buenos Aires, 2009

11. RECURSOS METODOLÓGICOS:

Exposición de temas en clase

Lecturas guiadas

12. MODALIDAD DE EVALUACIÓN PARCIAL:

Dos (2) exámenes Parciales y dos (2) recuperatorios mas un trabajo monográfico para la regulación de la materia.

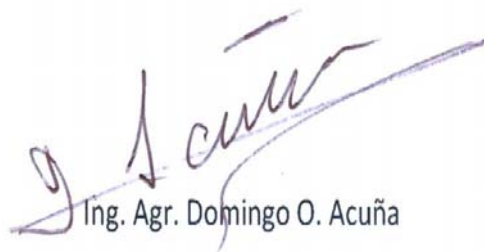
13. RÉGIMEN DE PROMOCIÓN Y EVALUACIÓN FINAL:

Examen Final oral.

14. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- Marketing Agrario. Caldentey, Pedro y otros
- Indicadores Económicos para la gestión de Empresas Agropecuarias. Ghida Daza, Pedro y otros. INTA – mayo 2009.
- Indicadores Económicos para la gestión de Establecimientos Agropecuarios con cultivos plurianuales. Van der Bosch, María Eugenia y otros
- Complejo Yerbatero. Dirección Nacional de Programación Económica Regional – MECON
- Cadena de Infusiones. IIERAL de la Fundación Mediterránea. Julio 2011
- Panorama de la Cadena de Té en Argentina. Parra, Patricia y otros. Abril 2012
- Análisis de la tendencia del mercado internacional de arroz. Saez, Gabriel. Fundación Exportar. 2009
- Dinámica de las Exportaciones Forestales en la Provincia de Misiones. Díaz, Amalia María Lucila y otros. Diciembre 2009
- Cadena de la soja y sus productos derivados. IIERAL de la Fundación Mediterránea. Agosto 2011
- Análisis de la cadena de la soja en Argentina. Giancola, Silvana y otros. Diciembre 2009.

15. FIRMA DE DOCENTES:



Ing. Agr. Domingo O. Acuña

Producción y Comercialización

16. FIRMA DEL DIRECTOR DE LA CARRERA



ING. AGR. ANITA M. RADOVANCICH
Directora de la Carrera de Agronomía
Delegación Prov. de Corrientes
UNIVERSIDAD DEL SALVADOR