



UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

PROGRAMA

UNIDAD ACADEMICA: Campus “San Roque González de Santa Cruz”

CARRERA: Ingeniería Agronómica

DIVISION/COMISION: Quinto Año

TURNO: Único

OBLIGACION ACADEMICA: PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

ANUAL:

CUATRIMESTRAL: X

ASIGNACION HORARIA:

- Por /Semana: 6 Horas
- Total: 108 Horas.

PROFESOR TITULAR A CARGO: Ing. Agr. Acuña Domingo O.

1.- OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

- 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.

2.-UNIDADES TEMATICAS

UNIDAD 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.

UNIDAD N° 2

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. Modelo económico.

UNIDAD N° 3

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

UNIDAD 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.

UNIDAD N° 5

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

UNIDAD N° 6

La comercialización desde el punto de vista del costo. Costo de comercialización. Márgenes. Costos de mercados. Pérdidas post-cosecha.

UNIDAD N° 7

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

UNIDAD 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.

UNIDAD N° 9

Precios agropecuarios. Aspectos generales. Precios y costos agropecuarios. Precio de mercado. Precio político y precio concentrado. 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.

UNIDAD 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.

UNIDAD 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.

UNIDAD 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.

UNIDAD 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.

UNIDAD 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.

UNIDAD N° 15

Comercialización de productos regionales. Canales, estructura y mercado. Normalización de los mismos, antecedentes y situación actual. Comercialización del ganado bovino en la Región. Caso del arroz.

UNIDAD N° 16

Exportación. Productos regionales de exportación. Evolución. Análisis de las perspectivas.

3- BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Comercialización de productos agropecuarios. Apuntes. Coscia, Adolfo.
- Mercados de productos agropecuarios. Mendoza, Gilberto.
- Economía agraria. Coscia, Adolfo.

4- BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Comercialización de granos. Coscia, A.
- Empresas agropecuarias y forestales. Serie: informes regionales del SPNA N° 19.
- Marketing agrario. P. Caldentey; Albert y otros.

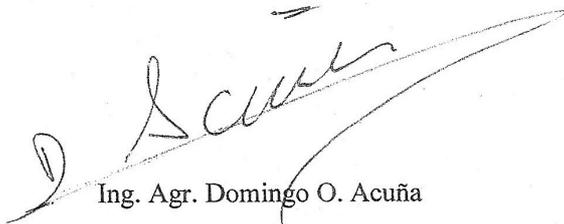
5 - SISTEMA DE EVALUACION PARCIAL

Dos parciales cuatrimestrales con un recuperatorio y la realización de un trabajo monográfico para la regularización de la materia.

SISTEMA DE EVALUACION FINAL

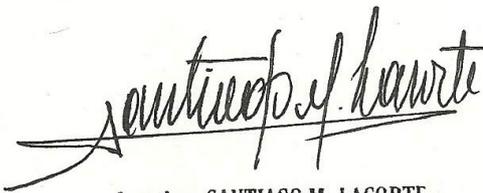
Examen oral con defensa del trabajo y la teoría correspondiente.

6.- FIRMA DEL PROFESOR TITULAR O A CARGO DE CATEDRA Y FECHA.



Ing. Agr. Domingo O. Acuña
Matr. Prof. 5046

7- FIRMA Y ACLARACION CON LA APROBACIÓN DEL DIRECTOR DE CARRERAS Y FECHA



Ing. Agr. SANTIAGO M. LACORTE
DIRECTOR
DELEGACION CORRIENTES
UNIVERSIDAD DEL SALVADOR



Sello de la
Unidad Académica

13/MAR 20/2012