



PROGRAMA DOCENTE

1. DATOS GENERALES:

Carrera:	INGENIERIA AGRONOMICA
Departamento:	PRODUCCION AGROPECUARIA
Asignatura:	MERCADEO AGROPECUARIO
Código – Sigla:	IAG503
Ubicación en el Plan:	IX SEMESTRE
Horas semana:	4 (CUATRO)
Horas Totales:	72 (SETENTA Y DOS)

1. CONTENIDOS.

UNIDAD 1: INTRODUCCION AL MERCADEO.

Las Funciones Necesarias para la Distribución de Bienes y Servicios desde el productor Final.- Introducción al Sistema Total de Mercado Integrado.- Estudio de las Variables Controladas por la Empresa: Producto, Precio, Promoción y Distribución.- Conducta del Consumidor t tendencias Modernas de Mercadeo; Segmentación y Ubicación de Mercados; Sistemas de Información.

UNIDAD 2: INTRODUCCION AL MERCADEO AGRICOLA.

Introducción al Sistema de Mercadeo desde una Perspectiva Agrícola.- Estudio de las Funciones Necesarias para la Distribución de Bienes y Servicios Agrícolas desde el Productor hasta el Consumidor.- Estudio de las Variables Controladas por la Empresa Agrícola; Producto, precio, Promoción y Distribución.

UNIDAD 3: GERENCIA ESTRATEGICA DE MERCADEO.

Estrategia de Mercadeo, Análisis del Mercado.- Análisis del Mercado, la Identificación de Oportunidades y Amenazas.- Formulación de Estrategias con Énfasis Empresarial en Situación Hipotética.

UNIDAD 4: EL MERCADEO EN LA ESTRUCTURA ECONOMICA.

La Magia del Mercado.- Diferentes Selecciones.- La Gran Cadena.- Dos Grados Divisiones de Labor.- La Definición de Mercadeo.- Un Proceso Complejo.- El proceso Útil.- El Concepto de Eficiencia.- El Poder del Ama de Casa.- Un Proceso Dinámico.- El Crecimiento del Mercadeo.- El productor y el Mercadeo.

UNIDAD 5: TECNICAS DEL MERCADEO EN LA EMPRESA AGROPECUARIA.

El Producto: El producto y el Mercado, Características Especificas de la Agricultura, Acondicionamiento del Producto, Diferenciación del Producto y Marcas Comerciales, marcas Comunes y Denominaciones, Combinación de Productos, Nuevos Productos.- Precio: Los Precios y el Mercado, Diferenciación de Clases.- Distribución, Aspectos mas Importantes de la Distribución, canales de Distribución, Logística de la Distribución, Numero, Dimensión y Localización de Almacenes.- Tipos y Modos para Organizar la Investigación de Mercado.

UNIDAD 6: INVESTIGACION DE MERCADO.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”
FACULTAD DE CIENCIAS AGRÍCOLAS Y FORESTALES
CARRERA DE INGENIERÍA AGRONÓMICA



DEPARTAMENTO DE FITOTECNIA y PRODUCCION AGRICOLA

Campus “El Tejar”

Tel. 6640043

Fax. +591-4-6643403

casilla 51

Tarija-Bolivia

Introducción.- Desarrollo de la Investigación de Mercado.- La Hipótesis.- Organización, Implementación y Ejecución del Plan de Investigación.- Tipos y Modos para Organizar la Investigación de Mercado.