



Universidad Nacional del Nordeste



Facultad de Ciencias Agrarias

RESOLUCION N° 1.192

CORRIENTES, 29 de diciembre de 2016.-

VISTO Y CONSIDERANDO:

Que la Secretaria Académica de la Facultad Ing. Agr. Patricia N. ANGELONI, eleva para su consideración programa de la Asignatura Optativa "Marketing Agropecuario", y

LA DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS
"Ad-referéndum" del CONSEJO DIRECTIVO
RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- APROBAR el programa de la asignatura Optativa: "Marketing Agropecuario" que como Anexo, forma parte integrante de la presente resolución.

ARTÍCULO 2º.- REGÍSTRESE, comuníquese y archívese.

Ing. Agr. Patricia Norma ANGELONI
Secretaria Académica
Facultad de Ciencias Agrarias
U.N.N.E.

Ing. Agr. (Dra.) Sara VAZQUEZ
Decana
Facultad de Ciencias Agrarias
U.N.N.E.

ES FOTOCOPIA

Sra. Elena María GONZÁLEZ
Directora Gestión Académica
Facultad de Ciencias Agrarias
U.N.N.E.



ANEXO Resolución N° 1.192 /16-

MARKETING AGROPECUARIO Y AGRONEGOCIOS

FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS (U.N.N.E.)

CARRERA: Ingeniería Agronómica

ASIGNATURA: MARKETING AGROPECUARIO Y AGRONEGOCIOS

AÑO DE CURSADO: Optativa

DURACIÓN DEL CURSADO: Tercer Trimestre

N° DE HORAS: 30

RESPONSABLES: Profesor Titular Ing. Agr. (Mgter.) HECTOR H. ALTAMIRANO

Profesor Titular Ing. Agr. (Mgter.) LUIS RAMON ALMIRON

OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA.

OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA.

Que los alumnos:

Profundicen los conocimientos de la comercialización de productos agropecuarios y de los distintos circuitos de comercialización.

Conceptualicen los conceptos de marketing y de marketing agropecuario en particular y conocer sus principales fundamentos y analicen las posibilidades concretas de aplicación del marketing agropecuario.

Desarrollen habilidades en el estudio analítico de casos prácticos, tanto en el sector agrícola, como en el ganadero y forestal desde la producción hasta el consumidor, y en la aplicación de los conocimientos teóricos y prácticos de todas las disciplinas que tengan vinculación directa con el Marketing Agropecuario y los Agronegocios.

Desarrollen habilidades para identificar y aplicar herramientas de otras asignaturas de la carrera que brindan soporte técnico al trabajo con Marketing Agropecuario y los Agronegocios, como por ejemplo: Economía Agraria, y Administración y Legislación Agraria.

Puedan conocer e interpretar las distintas posibilidades de diferenciación de la producción y el desarrollo de los agronegocios, con un enfoque sistémico y dentro de un contexto socioeconómico, legal y político.

Unidad A: COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS AGRICOLAS

Tema 1. Cereales: Arroz. Maíz. Trigo. Sorgo. Otros cereales de importancia en el país. Estadísticas Nacionales y de la Región NEA. Principales variedades, tipos comerciales y sus usos. Canales de comercialización. Destino de la producción. El mercado local, regional, nacional e internacional. Oleaginosas: Soja y Girasol. Estadísticas Nacionales y de la Región NEA. Principales características comerciales de las especies y sus usos. El mercado local, regional, nacional e internacional. Canales de comercialización.

Tema 2. Cultivos Industriales: Algodón, Tabaco, Te y Yerba Mate. Características generales y principales aspectos de la comercialización de los más destacados cultivos industriales del país y del NEA. Frutales: Cítricos. Estadísticas Nacionales y de la Región NEA. Especies y variedades comerciales. Tipificación. Grado de integración. Agentes de intermediación del mercado. Canales de comercialización. Destino de la oferta. El mercado internacional.

Hortalizas: Estadísticas Nacionales y de la Región NEA. Principales especies y variedades comerciales. Producción de época y de primicia. El mercado local y regional. Canales de comercialización. Principales cultivos hortícolas del país y de la región.

Bibliografía básica.

ALMIRON, Luis et al. "Tomate y lechuga: Producción, Comercialización y Consumo". Editorial INTA. Argentina. 2013

ALMIRÓN, Luis R.; ALTAMIRANO, Héctor H.; MACARREIN, Faustino O. "Economía Agraria de la Provincia de Corrientes". Ediciones Moglia. Corrientes (Argentina). 2006.

ALMIRÓN, Luis R. y ALTAMIRANO, Héctor H. "Diagnósticos Sectoriales". Trabajo inédito.

UPDP-MPTyT. Corrientes. 2002.

ASOCIACION CORRENTINA DE PLANTADORES DE ARROZ." Documentos varios". <http://www.acpaarrozcorrientes.org.ar/>. 2016

COSCIA, Adolfo A. "Comercialización de Productos Agropecuarios". Editorial Hemisferio Sur. Buenos Aires (Argentina). 1978.

MARTINEZ PEREZ CANTO, F. "Comercialización de productos agropecuarios". Univ. Católica de Chile. 1995.

FS FOTOCOPIA



//// 1 ANEXO Resolución N° 1.192 /16-

Unidad B: COMERCIALIZACION DE LA PRODUCCION GANADERA Y DE GRANJA

Tema 3. Ganado Bovino: Estadísticas Nacionales, de la Región NEA y de las Provincia de Corrientes y Chaco. Participación relativa por regiones. Principales razas. Categorías según sexo y edad. La industria cárnica en Corrientes. Tipos comerciales. Los distintos cortes. Tipificación y clasificación. La Cuota Hilton. Circuito de comercialización de hacienda vacuna para invernada. Circuito de comercialización de hacienda vacuna para faena. Normas de salubridad. Organismos Nacionales y Provinciales vinculados con el control sanitario y comercial de la hacienda. La Ley Federal de Carnes y otras leyes nacionales. Leyes provinciales. Control de la sanidad en remates-ferias y exposiciones rurales: procedimientos. El marketing en la ganadería bovina, un estudio de caso.

Tema 4. Ganado Ovino: Estadísticas nacionales, de la Región NEA y de las Provincia de Corrientes y Chaco. Participación relativa por regiones. Ovinos: Principales razas. Categorías según sexo y edad. Producción de carne y lana. El sistema de producción. Comercialización de la lana y de la carne. El Programa de Desarrollo Ovino. Ley para la Recuperación de la Ganadería Ovina.

Tema 5. Granja: Productos avícolas. Modos de producción. Tipificación. Factores de calidad. Los actores comerciales. Apicultura: importancia económica de la actividad. Principales países productores de miel. Principales países importadores. Cantidad de colmenas y producción de miel en la región y en el país. Exportaciones argentinas de miel a granel. Evolución de la miel fraccionada y otros productos. Producción y venta de miel orgánica. Corrientes y la Apicultura. Factores de calidad. Los actores comerciales.

Bibliografía básica.

ALMIRÓN, Luis R.; ALTAMIRANO, Héctor H.; MACARREIN, Faustino O. "Economía Agraria de la Provincia de Corrientes". Ediciones Moglia. Corrientes (Argentina). 2006.

ALMIRÓN, Luis R. y ALTAMIRANO, Héctor H. "Diagnósticos Sectoriales". Trabajo inédito.

UPDP-MPTyT. Corrientes. 2002.

ALMIRON, Luis R. "La ovejería correntina. Alternativas de una producción sustentable". Editorial Moglia SRL. Corrientes. Argentina. 2003.

COSCIA, Adolfo A. "Comercialización de Productos Agropecuarios". Editorial Hemisferio Sur. Buenos Aires (Argentina). 1978.

INSTITUTO DE PROMOCION DE LA CARNE VACUNA ARGENTINA. "Documentos varios". <http://www.ipcva.com.ar/>

MARTINEZ PEREZ CANTO, F. "Comercialización de productos agropecuarios". Univ. Católica de Chile.1995.

Páginas WEB de Leyes Nacionales sobre Sanidad y Calidad en hacienda vacuna.

Páginas WEB del Ministerio de Agroindustria, SENASA, INTA, ONCCA.

Unidad C: COMERCIALIZACION DE LA PRODUCCION FORESTAL

Tema 6. Forestación: Pino y Eucalipto. Estadísticas Nacionales y de la Región NEA. Principales características comerciales de las especies y sus usos. La importancia económica y comercial del sector forestal en el país y en la región. El mercado local, regional, nacional e internacional. Principales variedades en el país y en la región. Apoyos oficiales. Comercialización e Industrialización. Importancia y participación de los actores comerciales.

Productos forestales de bosques nativos. Formación de precios. Especies y su utilización. Comercialización e Industrialización.

Bibliografía básica

ALMIRÓN, Luis R.; ALTAMIRANO, Héctor H.; MACARREIN, Faustino O. "Economía Agraria de la Provincia de Corrientes". Ediciones Moglia. Corrientes (Argentina). 2006.

ALMIRÓN, Luis R. y ALTAMIRANO, Héctor H. "Diagnósticos Sectoriales". Trabajo inédito. UPDP-MPTyT. Corrientes. 2002.

COSCIA, Adolfo A. "Comercialización de Productos Agropecuarios". Editorial Hemisferio Sur. Buenos Aires (Argentina). 1978.

MARTINEZ PEREZ CANTO, F. "Comercialización de productos agropecuarios". Univ. Católica de Chile.1995.

Página WEB del Ministerio de Agroindustria Argentina. <http://forestoindustria.magyp.gob.ar/>

Páginas WEB sobre forestación y calidad de los productos y subproductos.



///2 ANEXO Resolución Nº 1.192 /16-

Unidad D: EL MARKETING AGROPECUARIO

Tema 7. Introducción al Marketing. Definiciones y características relevantes del Marketing Agropecuario. Política comercial de las empresas. Política comercial de una empresa agropecuaria. Segmentación del mercado. Posicionamiento. Elementos que conforman una política comercial. Fuerzas del mercado que inciden en la política comercial.

Tema 8. Plan de marketing para el sector agropecuario. Organización de ventas de productos agropecuarios. Management de ventas. Liderazgo. Motivación. Manejo de equipos. Publicidad de commodities y specialities. Publicidad de productos genéricos y con marcas. Marketing Internacional de productos agropecuarios sin elaborar, elaborados y semielaborados.

Bibliografía básica

- AGÜERO, Daniel A. "Conceptos básicos de marketing". Revista Argentina de Economía Agraria. UNRC. Córdoba (Argentina). 2001.
- BRAIDOT, N.P., "Marketing total". Ediciones Macchi. 3ra. Edición ampliada. Argentina. 1992
- KOTLER, P. "Principios de Marketing". Editorial Pearson Educación S.A. Madrid (España). 2008.
- KOTLER, P. "Dirección de Marketing". Editorial Prentice Hall. México. 2006.
- KOTLER, P. "Fundamentos de Marketing". Editorial Pearson. Madrid (España). 2003.
- MOLINARI, Carlos A. J. "Marketing Agropecuario". Editorial Thomson International. Buenos Aires (Argentina). 2006.
- MUÑIZ GONZALEZ, Rafael. "Marketing en el Siglo XXI". Editorial CEF. España. 2001.
- RODRÍGUEZ, Gabriel A. "Fundamentos de Marketing Agropecuario". IX Jornadas Nacionales de la Empresa Agropecuaria. Tandil (Bs. As. - Argentina). 2001.

Unidad E: AGRONEGOCIOS

Tema 9: Agronegocios: Marco teórico de los Agronegocios. La realidad económica en los Agronegocios. La industrialización en la agricultura. Comercialización. Los Clusters. Actitud empresarial y ambiente institucional. Emprender Agronegocios en el país y América Latina.

Tema 10. Commodities y Specialities. Diferenciación de la producción. Estudio de casos.

Bibliografía básica.

- ALMIRON, Luis. "Aportes para el posicionamiento de la leche bubalina". En el libro Bubalinocultura de las Américas. Editorial Moglia SRL. Argentina. 2011
- ALVARADO LEDESMA, Manuel. "Agronegocios - Empresa y Emprendimiento". Editorial El Ateneo. Buenos Aires (Argentina). 2007.
- CASINI C. 2010. "Denominaciones de origen". Artículo técnico INTA Manfredí, Córdoba, Argentina
- MOLINARI, Carlos A. J. "Marketing Agropecuario". Editorial Thomson International. Buenos Aires (Argentina). 2006.
- MORESCO, M. 2010. "Programa para la valorización de la carne vacuna en Corrientes". Ministerio de Producción, Trabajo y Turismo de la Provincia de Corrientes, Argentina
www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/guerraposisic.htm.
- ORDOÑEZ, S., SINESI, I. "Campo. El sueño de una argentina verde y competitiva". Editorial Aguilar. Argentina. 2015.

BIBLIOGRAFIA

- AGÜERO, Daniel A. "Conceptos básicos de marketing". Revista Argentina de Economía Agraria. UNRC. Córdoba (Argentina). 2001.
- ALMIRÓN, Luis R.; ALTAMIRANO, Héctor H.; MACARREIN, Faustino O. "Economía Agraria de la Provincia de Corrientes". Ediciones Moglia. Corrientes (Argentina). 2006.
- ALMIRÓN, Luis R. y ALTAMIRANO, Héctor H. "Diagnósticos Sectoriales". Trabajo inédito. UPDP-MPTyT. Corrientes. 2002.
- ALMIRON, Luis R. "La ovejería correntina. Alternativas de una producción sustentable". Editorial Moglia SRL. Corrientes. Argentina. 2003.
- ALMIRON, Luis. "Aportes para el posicionamiento de la leche bubalina". En el libro Bubalinocultura de las Américas. Editorial Moglia SRL. Argentina. 2011
- ALVARADO LEDESMA, Manuel. "Agronegocios - Empresa y Emprendimiento". Editorial El Ateneo. Buenos Aires (Argentina). 2007.



///3 ANEXO Resolución N° 1.192 /16-

ASOCIACION CORRENTINA DE PLANTADORES DE ARROZ." Documentos varios".
<http://www.acpaarrozcorrientes.org.ar/>. 2016

BRAIDOT, N.P., "Marketing total". Ediciones Macchi. 3ra. Edición ampliada. Argentina. 1992

CASINI C. 2010. "Denominaciones de origen". Artículo técnico INTA Manfredi, Cordoba, Argentina.

COSCIA, Adolfo A. "Comercialización de Productos Agropecuarios". Editorial Hemisferio Sur. Buenos Aires (Argentina). 1978.

INSTITUTO DE PROMOCION DE LA CARNE VACUNA ARGENTINA. "Documentos varios".
<http://www.ipcva.com.ar/>

KOTLER, P. "Principios de Marketing". Editorial Pearson Educación S.A. Madrid (España). 2008.

KOTLER, P. "Dirección de Marketing". Editorial Prentice Hall. México. 2006.

KOTLER, P. "Fundamentos de Marketing". Editorial Pearson. Madrid (España). 2003.

MARTINEZ PEREZ CANTO, F. "Comercialización de productos agropecuarios". Univ. Católica de Chile. 1995.

MOLINARI, Carlos A. J. "Marketing Agropecuario". Editorial Thomson International. Buenos Aires (Argentina). 2006.

MORESCO, M. 2010. "Programa para la valorización de la carne vacuna en Corrientes". Ministerio de Producción, Trabajo y Turismo de la Provincia de Corrientes, Argentina
www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/guerraposic.htm.

MUÑIZ GONZALEZ, Rafael. "Marketing en el Siglo XXI". Editorial CEF. España. 2001.

ORDOÑEZ, S., SINESI, I. "Campo. El sueño de una argentina verde y competitiva". Editorial Aguilar. Argentina. 2015.

RODRÍGUEZ, Gabriel A. "Fundamentos de Marketing Agropecuario". IX Jornadas Nacionales de la Empresa Agropecuaria. Tandil (Bs. As. - Argentina). 2001.

Ing. Agr. Patricia Norma ANGELONI
Secretaría Académica
Facultad de Ciencias Agrarias
U.N.N.E.

Ing. Agr. (Dra.) Sara VAZQUEZ
Decana
Facultad de Ciencias Agrarias
U.N.N.E.

CS FOTOCOPIA

Sra. María GONZÁLEZ
Directora Gestión Académica
Facultad de Ciencias Agrarias
U.N.N.E.