

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
FACULTAD DE CIENCIAS AGROALIMENTARIAS
ESCUELA DE ECONOMÍA AGRÍCOLA Y AGRONEGOCIOS
AE-3103 MERCADEO AGRÍCOLA I
REQUISITOS: AE-3102 ANALISIS DE ECONOMÍA AGRÍCOLA I

1. INTRODUCCIÓN:

El mercadeo es un sistema cuya función primordial es descubrir las necesidades de los consumidores con la intención fundamental de canalizar todos los esfuerzos y recursos disponibles para satisfacerlas de la mejor manera posible y de una forma socialmente responsable.

Por otra parte, las materias de mercadeo son dinámicas y agradables, sin embargo, su aprendizaje requiere de un esfuerzo importante por parte del estudiante.

Se busca que al final del curso el estudiante pueda dominar los conceptos básicos de mercadeo y comercialización; sea capaz de identificar los problemas que se presentan en ese campo y que afecten aspectos relacionados con las economías de las empresas agroindustriales y proponer soluciones a los mismos. Así mismo, el estudiante sería capaz de participar en investigaciones relacionadas con ese campo así como consultar las fuentes de información tendientes a colaborar en la resolución de problemas relacionados con el mercado.

2. OBJETIVO GENERAL

Familiarizar al estudiante con los conceptos y herramientas que le permitan descubrir, comprender y utilizar los principios de mercadeo en la empresa agropecuaria y otras organizaciones empresariales.

3. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Destacar la importancia del mercadeo y sus funciones.
- Definir el marco institucional del mercadeo agrícola nacional.
- Conocer los diferentes canales y agentes del proceso de comercialización y sus efectos sobre compra y venta de productos agrícolas.
- Definir y utilizar los instrumentos de mercadeo en las distintas actividades de comercialización

CONTENIDO

1. CONCEPTOS BÁSICOS DE MERCADEO

Mercado, Mercadeo, Comercialización, Oferta, Demanda, Comercialización como sistema, Enfoques para el análisis del mercadeo y descripción de las funciones:

- a. Físicas: precosecha, siembra, cosecha y poscosecha
- b. Intercambio: compra y venta directa o por inspección, muestreo se tiene una muestra del producto y descripción (transparencia de mercado) caso BOLPRO.
- c. Institucionales: sector agropecuario.

2. EL MERCADEO EN LA EMPRESA

Conceptos de problema económico básico aplicado al mercadeo: el que versus para quién

3. EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO DE MERCADEO

Comercialización y desarrollo

4. EL AMBIENTE DEL MERCADEO

Organización de mercadeo

Tipologías de la organización para el mercadeo, factores exógenos

5. ESTRUCTURAS DE MERCADOS

Competencia perfecta, monopolio, monopsonio, oligopolio, oligopsonio.

6. COMPORTAMIENTO DE COMPRA DEL CONSUMIDOR

7. EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS (SIM)

8. EL PRODUCTO Y LAS CARACTERÍSTICAS DE PRODUCCIÓN

Características de diferenciación

9. EL PRECIO

10. LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y LOS AGENTES INVOLUCRADOS

Márgenes de comercialización: bruto y neto

11. LA COMUNICACIÓN

12. COMERCIALIZACIÓN Y SUS LIMITACIONES PARA PRODUCTORES AGRICOLAS

BIBLIOGRAFÍA

Bressler King, Prices, Markets and Inter. Regional Trade.

Kotler P. y Armstrong G. Fundamentos de Mercadotecnia. Cuarta Edición. Prentice-Hall, 1998.

Mendoza G. Compendio de Mercadeo de Productos Agropecuarios. IICA, 1985.

Porten M. Competencia y Competitividad, CINDE. 1985.

Stanton W., Etzel M. y Walter B. Fundamentos de Marketing. Décimo tercera edición. Mc Graw Hill. 2004.

EVALUACIÓN:

Dos exámenes parciales (20% cada uno)	40%
Examen Final	20%
Trabajo final	20%
Quices	10%
Tareas e informes de Giras	5%
Avances del trabajo final	5%

3 Giras: Extra clases: Fechas se fijarán en su debido momento

Las horas de consulta son los jueves de 8 am a 12 md.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

FECHA	ACTIVIDAD
08-03	Introducción, definición de grupos, explicación del programa. Tarea 1, Temas 1: Conceptos básicos de mercadeo
15-03	Tema 1
22-03	Quiz 1, Avance 1, Tema 2
29-03	Tarea 2, Tema 3
05-04	Semana Santa
12-04	Quiz 2, Tema 4
19-04	Tarea 3, Tema 5
26-04	Tema 5 y 6
03-05	Quiz 3, Tema 7
10-05	Examen Parcial I, Avance #2
17-05	Tema 8, Tarea 4
24-05	Trabajo de investigación extra clase (no hay clases)
31-05	Quiz 4, Tema 9 (profesor invitado)
07-06	Tarea 5, Avance 3, Tema 10
14-06	Quiz 5, Tema 11, 12
21-06	Examen Parcial II
28-06	Presentación Trabajo Final
05-07	Examen Final