

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
Profesor: Manuel Enrique García Barquero
Martes: 13:00 a 15:50.
Horas de Consulta: martes 9:00 a 12:00.
Créditos: 3

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, que le permita comprender y ordenar los términos que incluye esta disciplina.

Se busca que al final del curso el estudiante pueda dominar los conceptos básicos de mercadeo y comercialización de los productos del sector agropecuario y que sea capaz de identificar los problemas que se presentan en ese campo y que afecten aspectos relacionados con las economías de las empresas agropecuarias y agroindustriales, para poder proponer soluciones a los mismos. Así mismo, el estudiante sería capaz de participar en investigaciones relacionadas con ese campo, además de participar en la resolución de problemas y o aprovechamiento de oportunidades relacionadas con el mercadeo de las empresas del Sector Agropecuario.

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 agropecuario nacional.
- Conocer los diferentes canales y agentes del proceso de comercialización y sus efectos sobre compra y venta de productos agrícolas.
- Definir y utilizar la los instrumentos de mercadeo en las distintas actividades de comercialización

4. 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	15%
Quices	15%
Tareas e informes de Giras	5%
Avances del trabajo final	5%

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

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

<i>FECHA</i>	<i>ACTIVIDAD</i>
12-03	Introducción, definición de grupos, explicación del programa., Temas 1: Conceptos básicos de mercadeo, Tarea 1
19-03	Tema 1.
26-03	Semana Santa
02-04	Quiz 1, Avance 1, Tema 2
09-04	Tema 3,
16-04	Quiz 2, Tema 4, Tarea 2
23-04	Tema 5
30-04	Tema 5 y 6 (Semana universitaria)
07-05	Quiz 3, Tema 7, Tarea 3
14-05	Examen Parcial I, Avance #2
21-05	Tema 8, Tarea 4
28-05	Tema 8 y 9. Quiz 4
04-06	Tema 9, Tarea 5
11-06	Tarea 5, Avance 3, Tema 10, Quiz 5
18-06	Quiz 6, Tema 11, 12
25-06	Examen Parcial II
02-07	Presentación Trabajo Final
09-07	Examen Final