

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: 9:00 am. a 11:50 am.
Horas de Consulta: martes 13 pm. a 16 pm.
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.

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

4. CONTENIDO

1. **CONCEPTO 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%

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

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

<i>FECHA</i>	<i>ACTIVIDAD</i>
11-03	Introducción, definición de grupos, explicación del programa., Temas 1: Conceptos básicos de mercadeo
18-03	Tema 1, Tarea 1
25-03	Avance 1, Tema 2
01-04	Tema 3,
08-04	Tema 4, Tarea 2
15-04	Semana Santa
22-04	Tema 5 (Semana universitaria)
29-04	Tema 5 y 6
06-05	Tema 7, Tarea 3
13-05	Examen Parcial I, Avance #2
20-05	Tema 8, Tarea 4
27-05	Tema 8 y 9.
03-06	Tema 9, Tarea 5
10-06	Tarea 5, Avance 3, Tema 10,
17-06	Tema 11, 12
24-06	Examen Parcial II
01-06	Presentación Trabajo Final
08-07	Examen Final