

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
ESCUELA DE ECONOMIA AGRICOLA

PROGRAMA DEL CURSO
AE-0504 GERENCIA AGROINDUSTRIAL

PROFESOR: ING. CARLOS DIAZ GUTIERREZ. M.A.E.

A. Objetivo general: debido al grado de conocimiento previo adquirido por los estudiantes, estos serán capaces de integrar algunos conceptos de la gerencia moderna, que le permitan cumplir con mayor eficiencia su futura acción profesional.

B. Objetivos específicos:

1. Suministrar al estudiante algunos conceptos de la gerencia del mercadeo moderna.
2. Que el estudiante conozca el marco general conceptual de la planificación estratégica y lo aplique a un caso práctico.
3. Ejercitar y desarrollar la capacidad de análisis sobre aspectos relacionados con la motivación, incentivos y cultura organizacional de las empresas.
4. Analizar los conceptos financieros del rendimiento versus riesgo de una inversión y grupo de éstas.

C. Contenido del curso:

- I- Aspectos de la cultura organizacional. Análisis libro "Un pavo real en el reino de los pingüinos".
- II- El papel del gerente moderno. Dirigir versus actuar. Lectura "Los gerentes de ventas deben dirigir".
- III- Marco teórico sobre el MERCHANDISING:
 - III.1- Base conceptual (Capítulo 2 libro MERCHANDISING).
 - III.2- Disposición del punto de venta (Capítulo 3 libro MERCHANDISING).
 - III.3- La animación del punto de venta (Capítulo 4 libro MERCHANDISING).
- IV- Trabajo práctico 1. Observación y análisis del merchandising en algún establecimiento comercial (Disposición del punto de ventas y la animación).
- V- Marco teórico: Elementos promocionales de ventas (Capítulo 5 libro de MERCHANDISING).
- VI- Trabajo práctico 2. Observación y análisis para la promoción de un producto agropecuario o agroindustrial en un punto de ventas.

VII- Conceptos modernos de la Gerencia de Mercadeo.

VIII-El posicionamiento, un concepto revolucionador del mercado:

- VIII.1- Lectura libro 1 (marco teórico). "Posicionamiento".
Presentación ejecutiva.
- VIII.2- Trabajo práctico 3. Estrategia de posicionamiento
de un producto o servicio agropecuario.

IX- Presentación ejecutiva libro 2. La gerencia intermedia.

X- Presentación ejecutiva libro 3. La guerra de la mercadotecnia.

XI- Elementos motivacionales e incentivos en las empresas:

- XI.1- Presentación ejecutiva libro 4. 1001 formas de
motivar a los empleados.
- XI.2- Marco teórico sobre motivación e incentivos.
- XI.3- Trabajo práctico 4. Análisis real a nivel de una
empresa sobre motivación e incentivos al personal.

XII- El proceso de planeamiento estratégico:

- XII.1- Marco teórico.
- XII.2- Trabajo práctico 5. Un marco global de planeamiento
estratégico a nivel de empresa.

XIII- Análisis del riesgo y rendimiento financiero (capítulo 5
Gitman).

D. Metodología de trabajo:

El trabajo en este curso será altamente participativo por parte del estudiante. El profesor asumirá un papel de facilitador del proceso de aprendizaje.

Se mantendrá un alto contenido de trabajos prácticos y sus marcos teóricos sobre temas novedosos de la gerencia moderna.

Para cumplir con los trabajos prácticos encomendados, presentación ejecutiva de libros, tareas y los marcos teóricos sobre los temas del contenido, los estudiantes se organizarán en cuatro grupos, cada grupo debe nombrar un coordinador.

Se efectuarán sobre todo el material visto en clase evaluaciones cortas de comprobación de los temas discutidos.

Todo trabajo práctico, marco teórico, y libros presentado por los grupos debe contener un resumen claro con los puntos más importantes sobre la temática tratada. Cada grupo responsable debe suministrar al resto de los grupos y al profesor una copia de su resumen.

Las instrucciones detalladas de cada trabajo que se asigne serán dadas por el profesor sea en forma escrita o verbal.

E. Cronograma de actividades del curso:

Lección	Tema	Responsable
1	Análisis del programa, aspectos administrativos del curso.	Profesor
2	Tema I y II	Discusión todo el grupo
3	Tema III.1 y III.2	Grupo 1
4	Tema III.3 y IV	Grupo 1
5	Tema V	Grupo 2
6	Tema VI Tema VII	Grupo 2 Profesor
7	Tema VIII.1 Tema VII (continuación)	Grupo 3 Profesor
8	Tema VIII.2	Grupo 3
9	Tema IX Tema VII (continuación)	Grupo 1 Profesor
10	Tema X Tema VII (continuación)	Grupo 2 Profesor
11	Tema XI.1 Tema XI.2	Grupo 4
12	Tema XI.3	Grupo 4
13	Tema XII.1	Grupo 2
14	Tema XII.2	Grupo 2
15	Tema XIII	Profesor
16	Tema XIII	Profesor

F. Evaluación del curso:

Trabajos prácticos grupales	30%
Presentación teórica de temas	15%
Presentación ejecutiva de libros	15%
Evaluaciones cortas	30%
Tareas u otras investigaciones	10%
Total	100%

G. Bibliografía a utilizar:

- Díez, E. Merchandising. Ediciones Pirámide.
- Floyd, Steven y Woodridge, Bill. 1997. Gerencia intermedia. Ed. Printice-Hall.
- Gitman, Lawrence. Fundamentos de Administración Financiera. 1986. Tercera edición. Ed. Harla.
- Hateley, Barbara y Schmidt, Warren. Un pavo real en el mundo de los pingüinos. 1995. Ed. Norma.
- Nelson, Bob. 1001 formas de motivar a los empleados. 1997. Ed. Norma.
- Ries, Al y Trout, Jack. Posicionamiento. 1992. Ed. McGraw-Hill.
- Ries, Al y Trout, Jack. La guerra de la mercadotecnia. 1994. Ed. McGraw-Hill.
- Lecturas asignadas por el profesor.

PR-GEREN.DOC