

Ingeniería Zootecnista

PLANIFICACIÓN DOCENTE

Departamento: Desarrollo Rural

Espacio Curricular: Sustentabilidad y Buenas Prácticas Pecuarias- Mercados y Comercialización

Ubicación en el Plan de Estudios:

Ciclo: Ciclo de Especialización Profesional

Año y cuatrimestre: Quinto Año , Segundo Cuatrimestre

Características de la Asignatura:

Carácter: Asignatura

Condición: Obligatoria

Carga Horaria Total: 60,00

Carga Horaria Teórica:

Carga Horaria Práctica:

Carga Horaria Teórica Práctica : 60,00

Carga Horaria Semanal Desde: 2,00 **Hasta:** 4,50

Créditos: 6

Espacios Curriculares Correlativos:

Para cursar:

Tener Regular/es: Administración de la Empresa Agropecuaria, Ética y Desarrollo Personal

Tener Acreditado/s: Sistemas de Producción Animal I- Producción Granjera- Producción Apícola, Sistemas de Producción Animal I- Producción Granjera- Producción Avícola, Sistemas de Producción Animal I- Producción Granjera- Producciones No Tradicionales

Para acreditar:

Tener Regular/es:

Tener Acreditado/s: Administración de la Empresa Agropecuaria, Ética y Desarrollo Personal

Equipo docente**Coordinador/a:** Ing. Agr. ALBA David**Subcoordinador/a:****Docentes**

Nombre y Apellido	Título	Cargo Docente	Dedicación	Actividad Docente
Francisco Daniel, FUNES GAYOSO	Mgter. Ing. Agr.	Profesor Ayudante A	Simple (DS)	Desarrollo de clases teórico-prácticas. Desarrollo de clases prácticas. Participación en la planificación de la asignatura. Participación en evaluaciones. Participación en reuniones semanales
David, ALBA	Ing. Agr.	Profesor Adjunto	Exclusiva (DE)	Desarrollo de clases teóricas. Desarrollo de clases teórico-prácticas. Desarrollo de clases prácticas. Participación en la planificación de la asignatura. Participación en evaluaciones. Participación en reuniones semanales

Página Web:

<http://www.agro.unc.edu.ar/~agronegocios/>

Fundamentación del Espacio Curricular:

La realidad del sector de agropecuario en Argentina y el mundo muestra estructuras cambiantes que las hace substancialmente diferentes a las existentes pocos años atrás y por lo tanto se requiere una profunda modificación y adecuación en los perfiles de capacitación de los recursos humanos para dirigir con éxito las empresas del sector.

Este proceso implica la necesidad de reconversión de las empresas y de sus directivos y de la mano de obra, entendiendo por reconversión la necesidad de cambio en las estrategias empresarial para adecuarse a las modificaciones operadas en los entornos y caracterizadas por políticas económicas del momento y su impacto en la sociedad.

Las tendencias muestran que los consumidores de carnes, cueros, lanas y otros productos o servicios de la producción animal, demandan: más cantidad con mayor calidad en los productos; valor agregado en productos y servicios; preferencias por tipos de servicios de acuerdo a la producción que se realiza; canales comerciales transparentes; reducción en forma significativa la participación del productor por cada peso gastado por el consumidor o cliente; entre otras.

La necesaria reconversión empresaria requiere que se conozcan los distintos mercados de productos y subproductos de origen animal y que simultáneamente saber el conjunto de herramientas de comercialización disponible de acuerdo al mercado local, nacional o internacional.

Finalmente, muchos empresarios y profesionales del sector, para sobrevivir y crecer frente a un entorno adverso, deberán conocer y aplicar las herramientas estratégicas que les permitan recuperar competitividad, a causa de la apertura de la economía, las uniones comerciales de regiones y las inversiones efectuadas en el sector agroindustrial. Por lo cual, se requiere una adecuación de los conocimientos de los futuros profesionales para desarrollar sus actividades en contextos no conocidos impartidos hasta el presente, que incluyen las normativas vigentes en materias económicas, de comercialización y de los principales actores del mercado.

Articulación con otros Espacios Curriculares:

Con el propósito de lograr una articulación horizontal y vertical que contribuya al perfil profesional de la carrera, se desarrollan diferentes acciones teórico metodológicas con los siguientes espacios curriculares: Administración de la empresa agropecuaria y Cadena de Valor de Ganados y Carne

Objetivos/s General/es

Comprender la dinámica y problemática de los mercados y las herramientas de comercialización disponibles en los productos y subproductos de producción pecuaria.

Objetivos/s Específicos

Formar un estudiante entrenado para el abordaje de la gestión de la comercialización de bienes y servicios, con espíritu innovador en el proceso de toma de decisiones.

Desarrollar habilidades-actitudes con mentalidad emprendedora y aumentar su competitividad para la inserción profesional.

Posibilitar su inserción como técnicos autogestores a partir de la optimización y la eficiencia de los sistemas de producción y comercialización en el ámbito que se desempeñen.

Brindar los instrumentos necesarios para desenvolverse con éxito en la cadena agroalimentaria.

Contenidos Mínimos

Sistemas de comercialización de productos agropecuarios. Comercio agropecuario internacional. Formación de precios agropecuarios. Comercialización de granos.

Principales instituciones que comercializan productos agropecuarios.

Comportamiento del consumidor. Planificación estratégica de marketing de las empresas agroalimentarias. Conceptualización y modalidades de operación.

Programa Analítico

Unidad I: Mercados y Comportamiento del consumidor.

Mercado, concepto. Evolución de los mercados agropecuarios en Argentina. El mercado del productor y del canal de distribución. El mercado agroindustrial y del consumidor, similitudes y diferencias.

Principales instituciones que comercializan productos agropecuarios. Bolsas de Cereales. Cámaras Arbitrales. Mercados Concentradores de Hacienda. Mercados físicos actuales. Mercado a término: mercado de futuros, operadores, modalidad de

compra venta. Mercados electrónicos y su expectativa futura. Mercados de fibras, carnes y menudencias. El concepto de trazabilidad. Exigencias de trazabilidad de productos agropecuarios en el comercio internacional. Estudio y análisis de las necesidades, deseo y comportamiento del consumidor. La segmentación de los mercados, bases y estrategias. Investigación de Mercados. Ciclo de vida de un producto Pasos de la investigación de mercados.

Unidad II: Sistemas de comercialización de productos agropecuarios.

Comercialización, concepto e importancia. Comercialización de productos agropecuarios: definición y características. Características de los commodities y specialities. Características generales de las cadenas agroalimentarias. Evolución de los sistemas de comercialización: la producción de excedentes, el trueque, la subasta, etc., tendencia hacia los mercados electrónicos y los mercados concentradores, su expectativa. Seguros de caución, de transporte y cargas, de ganados y agrícolas. Tasaciones y valorización aplicados en ganadería.

Unidad III: Formación de precios agropecuarios.

Formación de precios agropecuarios: características de los precios de commodities y specialities. La evolución de los precios agropecuarios en el tiempo. Los precios agropecuarios y el impacto del costo de transferencia en la comercialización, estructura funcional del transporte en la Argentina: ferrocarril, automotor, fluvial y aéreo, principales usos.

Los precios agropecuarios y el riesgo: la volatilidad de los mercados. Ciclos de precios, variaciones, contra estación y nichos de contra estación.

Unidad IV: Comercialización de granos y forrajes.

Comercialización de granos y forrajes en Argentina: evolución y características. Diferencias entre la comercialización de granos, semillas, henos y alimentos balanceados. Estructura del comercio de granos y subproductos: acopiadores, cooperativas, productores autorizados, molinos, exportadores, molienda, etc. Estructura del comercio de forrajes: productores, acopiadores, exportadores, etc. Sistemas de calidad: normas y estándares aplicados a los granos, subproductos y forrajes.

Unidad V: Comercio agropecuario internacional.

Mercado internacional. Evolución del sistema comercial internacional y los cambios mundiales. Las variables no controlables y controlables. Estructuras de los mercados internacionales. Términos comerciales internacionales: Principales Incoterms utilizados en el comercio agropecuario. Integración comercial, tipos de integración y principales bloques comerciales: MERCOSUR, UE y NAFTA. Institucionalidad del comercio internacional: OMC y sus principios de funcionamiento.

Unidad VI: Planificación estratégica de marketing de las empresas agroalimentarias. Concepto de negocio y su administración estratégica. Procesos de la Planificación Estratégica: Formulación, Implementación, Ejecución de la estrategia y Evaluación del resultado. Cadena de Valor. Análisis FODA. Evolución de la función del Marketing. Análisis del mercado objetivo y segmentación de mercado. Plan operativo del Marketing y desarrollo de estrategias: de Producto, de Distribución y Logística de la comercialización, de Precios, y de Promoción. Conceptualización y modalidad de comercialización.

Metodología de Enseñanza y de Aprendizaje

Formas metódicas de enseñanza y aprendizaje: exposición dialogada, estudio dirigido, interrogación, pequeños grupos de discusión. Estrategias de enseñanza: observación dirigida, exposición con organizadores previos, redescubrimiento, demostración, comparación, diálogo, estudios de casos.

Las clases se desarrollan en el Aula 6 Edificio Sur de la FCA. A través de las metodologías detalladas se pretende desarrollar las siguientes competencias genéricas:

Capacidad para organizar y planificar el tiempo.

Habilidades para buscar, procesar y analizar información.

Capacidad para resolver problemas.

Capacidad para tomar decisiones.

Habilidad para trabajar en contextos internacionales.

Capacidad para formular y gestionar proyectos.

Capacidad para crear, operar y administrar empresas y procesos agrícolas con enfoque rural sostenible.

Capacidad para conocer, asesorar y aplicar políticas y normativas agropecuarias.

Capacidad para formular, evaluar, gestionar y ejecutar proyectos productivos.

Recursos Didácticos

Pizarrón, software, cañón, proyector, libros, manuales.

Plan de Actividades Obligatorias

Sem.	Tipo de Clase	Modalidad Formato	Lugar	Carga Horaria	Unidad Temática
1	Teórico-Práctico	Presencialidad Física	Aula FCA	Físicas:4,50 Remotas: Híbridas: Asincrónicas:	Unidad I: Mercados y Comportamiento del consumidor
2	Teórico Práctico	Presencialidad Física	Aula FCA	Físicas:4,50 Remotas: Híbridas: Asincrónicas:	Unidad I: Mercados y Comportamiento del consumidor
3	Teórico Práctico	Presencialidad Física	Aula FCA	Físicas:4,50 Remotas: Híbridas: Asincrónicas:	Unidad II: Sistemas de comercialización de productos agropecuarios.
4	Teórico Práctico	Presencialidad Física	Aula FCA	Físicas:4,50 Remotas: Híbridas: Asincrónicas:	Unidad II: Sistemas de comercialización de productos agropecuarios.
5	Teórico Práctico	Presencialidad Física	Aula FCA	Físicas:4,50 Remotas: Híbridas: Asincrónicas:	Unidad II: Sistemas de comercialización de productos agropecuarios.
6	Teórico Práctico	Presencialidad Física	Aula FCA	Físicas:4,50 Remotas: Híbridas: Asincrónicas:	Unidad II: Sistemas de comercialización de productos agropecuarios.
7	Evaluación de Suficiencia	Presencialidad Física	Aula FCA	Físicas:2,00 Remotas: Híbridas: Asincrónicas:	Evaluación de Suficiencia I
8	Teórico Práctico	Presencialidad Física	Aula FCA	Físicas:4,50 Remotas: Híbridas: Asincrónicas:	Unidad IV: Comercialización de granos y forrajes.
9	Teórico Práctico	Presencialidad Física	Aula FCA	Físicas:4,50 Remotas: Híbridas: Asincrónicas:	Unidad IV: Comercialización de granos y forrajes.

10	Teórico Práctico	Presencialidad Física	Aula FCA	Físicas:4,50 Remotas: Híbridas: Asincrónicas:	Unidad V: Comercio agropecuario internacional.
11	Teórico Práctico	Presencialidad Física	Aula FCA	Físicas:4,50 Remotas: Híbridas: Asincrónicas:	Unidad V: Comercio agropecuario internacional.
12	Teórico Práctico	Presencialidad Física	Aula FCA	Físicas:4,50 Remotas: Híbridas: Asincrónicas:	Unidad VI: Planificación estratégica de marketing de las empresas agroalimenta rias.
13	Teórico Práctico	Presencialidad Física	Aula FCA	Físicas:4,50 Remotas: Híbridas: Asincrónicas:	Unidad VI: Planificación estratégica de marketing de las empresas agroalimenta rias.
14	Evaluación de Suficiencia	Presencialidad Física	Aula FCA	Físicas:2,00 Remotas: Híbridas: Asincrónicas:	Evaluación de Suficiencia II
15	Ev. Ints y Transf , Recuperatori o	Presencialidad Física	Aula FCA	Físicas:2,00 Remotas: Híbridas: Asincrónicas:	Evaluación Recuperatori a de Suficiencia I y II. Evaluación Final de Integración y Transferencia
16				Físicas: Remotas: Híbridas: Asincrónicas:	
17				Físicas: Remotas: Híbridas: Asincrónicas:	

Plan de Actividades Extraprogramáticas (si las hubiere)

Semana	Modalidad	Lugar	Carga Horaria	Unidad Temática
---------------	------------------	--------------	----------------------	------------------------

Evaluación:

Tipo de Evaluación	Instrumento	Criterios
Diagnóstico (si hubiera)		
Formativa (si hubiera)	Heteroevaluación individual que se realizará durante el transcurso de las clases prácticas y teórico-prácticas mediante una lista de cotejo	Contemplará los siguientes aspectos: puntualidad, habilidades para el manejo de material escrito, participación entusiasta en actividades individuales y grupales, manejo adecuado del lenguaje técnico, precisión conceptual, cumplimiento de las consignas de trabajo, contribución al orden y limpieza del aula, respeto de opiniones diferentes, actitud respetuosa al medio natural y a la comunidad de la Facultad.
Sumativa (incluye las que se mencionan a continuación)		
Evaluación de suficiencia 1	Evaluación oral de conceptos básicos desarrollados de las unidades I a la III.	La evaluación de suficiencia legitimará el desarrollo de capacidades (cognitivas, procedimentales, actitudinales), que les permitan a los estudiantes abordar los contenidos y actividades de los espacios curriculares correlativos. Se calificarán con una escala de 0 a 10 (cero a diez) puntos. La nota mínima para la aprobación de las evaluaciones de suficiencia es 4 (cuatro) que equivale al 40% de la escala. Podrá ser recuperada una de las evaluaciones por ausente o reprobado. Se llevara a cabo la devolución en el mismo momento de la evaluación oral.

Evaluación de suficiencia 2	Evaluación oral de los conceptos básicos desarrollados de las unidades IV a la V.	La evaluación de suficiencia legitimará el desarrollo de capacidades (cognitivas, procedimentales, actitudinales), que les permitan a los estudiantes abordar los contenidos y actividades de los espacios curriculares correlativos. Se calificarán con una escala de 0 a 10 (cero a diez) puntos. La nota mínima para la aprobación de las evaluaciones de suficiencia es 4 (cuatro) que equivale al 40% de la escala. Podrá ser recuperada una de las evaluaciones por ausente o reprobado. Se llevara a cabo la devolución en el mismo momento de la evaluación oral.
Evaluación de suficiencia 3		
Evaluación de suficiencia 4		
Recuperatorio	Evaluación oral de los conceptos básicos desarrollados de las unidades I a la III o IV a la V según corresponda.	El estudiante que no haya alcanzado 4 puntos (40% de la escala) o no asista a una de las dos evaluaciones de suficiencia, podrá recuperarla por única vez, en la fecha que se indica en el cronograma, con la misma modalidad que la evaluación de suficiencia.
Evaluación de Integración y Transferencia	Al finalizar el cursado de la Actividad Curricular, el estudiante que posea las dos evaluaciones de suficiencia aprobadas y se encuentre en condición regular, podrá acreditar el espacio curricular en forma individual, mediante la aprobación de la Evaluación Final de Integración y Transferencia, que consistirá en una evaluación oral sobre las unidades desarrolladas correspondientes al espacio curricular.	Precisión conceptual y en el uso del lenguaje técnico específico. Capacidad de observación y de transferencia. La Evaluación Final de Integración y Transferencia acreditará que el estudiante ha logrado el desarrollo de las capacidades propuestas en la planificación. Se calificará con una escala de 0 a 10 (cero a diez) puntos, siendo la nota mínima para la aprobación 4 (cuatro) puntos que equivalen al 40% de la escala. Se llevará a cabo la devolución en el mismo momento de la evaluación oral.

Condición de los alumnos:

Estudiante promocionado: El que habiendo asistido al 80% de las actividades obligatorias y cumplimentado sus requerimientos y apruebe las evaluaciones de suficiencia y la evaluación de integración y transferencia con una nota igual o superior a 4 (cuatro) puntos o apruebe todas las evaluaciones de suficiencia con una nota igual o superior a 7 (siete) puntos en las asignaturas cuyo equipo docente así lo considere en su Planificación. Para acceder a la acreditación por promoción el estudiante deberá haber cumplimentado los requisitos de correlatividad al momento de iniciar el cursado de la asignatura correspondiente.

Estudiante regular: El que habiendo asistido al 80% de las actividades obligatorias y cumplimentado sus requerimientos y apruebe las evaluaciones de suficiencia con una nota igual o superior a 4 (cuatro) puntos. Esta condición se mantendrá por el término de dos años y medio del calendario académico correspondiente desde la finalización del cursado de la asignatura respectiva.

Estudiante libre por nota: El que habiendo asistido al 80% de las actividades obligatorias y cumplimentado sus requerimientos y no obtenga un mínimo de 4 (cuatro) puntos en todas las evaluaciones de suficiencia.

Estudiante libre por faltas: El que no asistió al 80% de las actividades obligatorias o a alguna de las evaluaciones de suficiencia como tampoco a su correspondiente recuperatorio.

Estudiante ausente: El que nunca asistió a las clases de la asignatura correspondiente.

Bibliografía (seguir Normas APA)

Obligatoria

- 1:** AECOSAN. 2009. Guía para la Aplicación del Sistema de Trazabilidad en la Empresa Agroalimentaria. Madrid: Ministerio de Sanidad y Consumo, Agencia Española de Seguridad Alimentaria. Disponible en: http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/publicaciones/seguridad_alimentaria/guia_trazabilidad.pdf
- 2:** AECOSAN. 2004. Guía de Aplicación de las Exigencias de Etiquetado y Trazabilidad de Alimentos y Piensos modificados genéticamente. AESA-MAPA-FIAB. Disponible en: http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/publicaciones/seguridad_alimentaria/GuiaFIAB5MARZO.pdf
- 3:** AGÜERO, D. y M. PÉREZ. 2018 Innovación en canal comercial corto con productores familiares de Córdoba. Revista Negocios Agroalimentarios. FA-UNLPam. Disponible en: http://www.agro.unlpam.edu.ar/images/RNA_Volumen_3_N_2.pdf
- 4:** BENZONELLI, Matías y TESTA Leonardo P. 2016. Situación actual y perspectivas de la cadena de los ovoproductos. Revista Negocios Agroalimentarios. FA-UNLPam. Disponible en: <http://www.agro.unlpam.edu.ar/images/RNA%20Volumen%201%20N%C2%B0%201.pdf>
- 5:** BERGERO, P. 2019. Sistema de comercialización de granos. Bolsa de Comercio de Rosario. Disponible en la Cátedra.
- 6:** BERMUDEZ EMPARANZA, J. 1978. El consignatario y la consignación. Editor: Cámara Argentina de Consignatarios de Ganado. Buenos Aires. Disponible en Biblioteca FCA.
- 7:** GONZÁLEZ, R. 2018. La Cadena de Ganados y Carne Vacuna Argentina. Bolsa de Comercio de Rosario. Disponible en Cátedra.
- 8:** IGLESIAS, D.H. 2002. Cadenas de Valor como Estrategia: Las cadenas de valor en el sector agroalimentario. Documento de Trabajo. EEA Anguil, INTA. 19pp. Disponible en Cátedra.
- 9:** KINNEAR, T. y J. Taylor. 1994. Investigación de Mercados. Un enfoque aplicado. Editorial Mc Graw Hill. Cuarta edición. Disponible en Biblioteca de la FCA.
- 10:** -KOTLER, P. 1996. Dirección de Mercadotecnia. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana S.A. Disponible en Biblioteca de la FCA.

Bibliografía Complementaria

- KOTLER, P. 1996. Mercadotecnia. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana S.A.
- NAVARRO, M. E. 2018. Mercado de futuros ganaderos: análisis de experiencias previas en el mundo y su posible implementación en Argentina. Revista Negocios Agroalimentarios. FA-UNLPam. http://www.agro.unlpam.edu.ar/images/RNA_Volumen_3_N_2.pdf
- PEREZ R y otros. 2003. Tecnologías Moleculares de Trazabilidad Alimentaria. Informe de vigilancia tecnológica. Madrid: Genoma España / CIBT-FGUAM. http://www.argenbio.org/adc/uploads/pdf/TRAZABILIDAD_ALIMENTARIA.pdf
- PERTICARARI, N. y S. Hauque. 2000. Introducción a la economía. Ed. Ciudad Argentina y Universidad Del Salvador. Buenos Aires o Ed. La Ley (2006). Disponible en Biblioteca FCA.
- POPE, J. 1981. Investigación de mercados. Grupo Editorial Norma. Edición Económica.
- PORTER, M. 1984. Ventaja Competitiva. Editorial CECSA.
- REGUNAGA, M. y otros. 2007. El impacto de las cadenas agroindustriales pecuarias en Argentina: Evolución y potencial. Editorial Capital Intelectual. Buenos Aires.
- SAGPyA. Alimentos Argentinos. Version electronica desde No 34.. Subsecretaria

de Alimentos y

Mercados. Buenos Aires.

<http://www.alimentosargentinos.gob.ar/HomeAlimentos/Publicaciones/revista.php>

- SAMUELSON, P., W. Nordhaus y D. Pérez Enri. 2003. Economía. Ed. McGraw-Hill. Disponible en Biblioteca FCA.

- SENASA. 2010. Bases para la implementación de Sistema de Trazabilidad. <http://www.senasa.gob.ar/sites/default/files/trazabilidad.pdf>

- THOMPSON-STRICKLAND. 1985. Conceptos y Técnicas de la Dirección y Administración Estratégicas. Editorial Mc Graw-Hill. Disponible en Cátedra.



Universidad Nacional de Córdoba
1983/2023 - 40 AÑOS DE DEMOCRACIA

Hoja Adicional de Firmas
Informe Gráfico

Número:

Referencia: Planificación Docente del espacio curricular Sustentabilidad y Buenas Prácticas Pecuarias-Mercados y Comercialización correspondiente a la carrera Ingeniería Zootecnista

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 13 pagina/s.