



<p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA</p>  <p style="text-align: center;">FACULTAD DE CIENCIAS AGRÍCOLAS Y FORESTALES</p>  <p style="text-align: center;">PROGRAMA ANALÍTICO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE:</p> <p style="text-align: center;">COMERCIALIZACIÓN AGROPECUARIA</p>	DES:	AGROPECUARIA
	Programa(s) académico(s)	Licenciatura en Administración de Agronegocios
	Tipo de MATERIA: <i>Obligatoria / Optativa</i>	Obligatoria
	Clave de la Materia:	AG416
	Semestre:	Cuarto
	Área en plan de estudios (B,P,E,O):	Específica
	Total de horas por semana:	6
	<i>Teoría: Presencial o virtual</i>	4
	<i>Laboratorio o Taller:</i>	0
	<i>Prácticas</i>	0
	Trabajo extra-clase:	2
	Créditos totales:	6
	Total de horas por semestre (x 16 semanas)	96
	Fecha de actualización:	Noviembre 2024
Prerrequisito (s):	Investigación de mercados	
Elaborado por:	M.A. Janeth Guadalupe González Domínguez M.A. Ana Cristina Licón Villalpando	
DESCRIPCIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE/ CURSO:		
<p>Proporcionar a los y las estudiantes los conocimientos, habilidades y herramientas analíticas necesarias para desarrollar estrategias efectivas de comercialización en el sector agropecuario, con el fin de maximizar la rentabilidad y la competitividad de los productos agrícolas, ganaderos y forestales.</p>		

COMPETENCIAS A DESARROLLAR:

CG3. RESPONSABILIDAD SOCIAL. Asume con responsabilidad y liderazgo social los problemas más sensibles de las comunidades cercanas ante su propio contexto, con el propósito de contribuir a la conformación de una sociedad más justa, libre, incluyente y pacífica, así como al desarrollo sostenible y al cuidado del medio ambiente, en el ámbito local, regional y nacional; y a la preservación, enriquecimiento y difusión de los bienes y valores de las diversas culturas y con la internacionalización solidaria.

CP1. ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA AGROPECUARIA. Planea, diseña y gestiona proyectos agrícolas, pecuarios, forestales y ambientales, principalmente en los procesos económicos necesarios para administrar eficientemente las empresas, proyectos o actividades de este sector.

CE2. MARKETING AGROPECUARIO. Diseña planes de mercadotecnia a través de investigaciones que identifiquen el segmento de mercado, así como el sistema comercial de la empresa que permita detectar las oportunidades de mercado nacionales e internacionales, generando estrategias competitivas en los agronegocios.

CE7. INTEGRACIÓN DE CADENAS DE VALOR AGREGADO. Identifica, analiza y mejora los procesos y actividades que añaden valor en todas las etapas de la cadena de suministro y producción, optimizando cada eslabón de la cadena para aumentar la eficiencia, reducir costos, mejorar la calidad y proporcionar mayor valor al cliente final incluyendo la responsabilidad social.

CE8. LEGISLACIÓN Y NORMATIVIDAD AGROPECUARIA. Comprende, aplica y gestiona el marco normativo y legal que rige las actividades agropecuarias. Conoce las leyes y regulaciones pertinentes, verificando el cumplimiento de las mismas para garantizar la formación, desarrollo y operación legal y ética de una empresa en el sector agropecuario.

HABILIDADES BLANDAS A DESARROLLAR:

Trabajo en equipo, trabajo autónomo, comunicación, sociocultural.

DOMINIOS	OBJETOS DE ESTUDIO (Contenidos organizados por temas y subtemas)	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	METODOLOGÍA (Estrategias, recursos didácticos, secuencias didácticas...)	EVIDENCIAS
CG3.2. Analiza la interacción entre la naturaleza y la	OBJETO DE ESTUDIO 1	1.1 Comprende las definiciones y conceptos básicos de	1.1 El estudiante realiza una búsqueda de definiciones y conceptos	1.1 El estudiante presenta un mapa conceptual

<p>sociedad, para garantizar la preservación del entorno natural y promover estilos de vida sostenible.</p> <p>CP1. 3 Identifica factores externos e internos que afectan la toma de decisiones estratégicas</p> <p>CE2. 1 Conoce e identifica los conceptos de mercadotecnia en el entorno agropecuario</p>	<p>Introducción a la Comercialización Agropecuaria</p> <p>1.1 Definición y conceptos básicos de comercialización agropecuaria.</p> <p>1.2 Importancia económica y social de la comercialización en el sector agropecuario.</p> <p>1.3 Principales actores y componentes del sistema de comercialización agropecuaria.</p>	<p>comercialización agropecuaria.</p> <p>1.2 Reconoce la importancia económica y social de la comercialización en el sector agropecuario.</p> <p>1.3 Identifica los principales actores y componentes del sistema de comercialización agropecuaria.</p>	<p>básicos de la comercialización agropecuaria.</p> <p>1.2 El docente muestra la importancia económica y social de la comercialización en el sector agropecuario a través de una exposición de casos de éxito.</p> <p>1.3 Principales actores y componentes del sistema de comercialización agropecuaria.</p>	<p>con los principales conceptos básicos de comercialización agropecuaria.</p> <p>1.2 El estudiante presenta un ensayo de la importancia económica y social de la comercialización en el sector agropecuario.</p> <p>1.3 Exposición</p>
<p>CE2. 2 Identifica los principios de marketing en los agronegocios</p> <p>CE2. 4 Comprende el mercado de los agronegocios incluyendo la demanda, la competencia y las tendencias del sector.</p>	<p>OBJETO DE ESTUDIO 2</p> <p>Análisis del Mercado Agropecuario</p> <p>2.1 Análisis de la demanda y oferta de productos agropecuarios.</p> <p>2.2 Identificación de tendencias y factores que afectan los precios agrícolas.</p> <p>2.3 Estudio de la competencia y análisis de posicionamiento en el mercado.</p>	<p>2.1 Es capaz de analizar la demanda y oferta de productos agropecuarios.</p> <p>2.2 Identifica las tendencias y factores que afectan los precios agrícolas.</p> <p>2.3 Es capaz de hacer un análisis del posicionamiento en el mercado.</p>	<p>2.1 El docente explica los métodos para analizar la demanda y oferta de productos agropecuarios.</p> <p>2.2 El estudiante realiza una búsqueda de las tendencias y factores que afectan los precios agrícolas.</p> <p>2.3 El docente explica cómo se realiza un estudio de la competencia y el estudiante realiza un análisis de posicionamiento en el mercado de un producto local</p>	<p>2.1 Exposición</p> <p>2.2 Cuadro de análisis por parte del estudiante</p> <p>2.3 Reporte del estudiante del análisis de posicionamiento en el mercado.</p>
<p>CE2.8 Analiza las estrategias de posicionamiento, promoción y</p>	<p>OBJETO DE ESTUDIO 3</p> <p>Estrategias de Comercialización</p>	<p>3.1 Genera estrategias de marketing para productos agropecuarios.</p>	<p>3.1 El docente expone la metodología para generar estrategias de</p>	<p>3.1 Reporte por parte de los estudiantes.</p> <p>3.2 Exposición por parte de</p>

<p>distribución para el desarrollo efectivo de los agronegocios</p> <p>CE2.9 Estimula la creatividad y la innovación en el diseño de estrategias de marketing que destaquen los productos y servicios agropecuarios.</p> <p>CE2.10 Desarrolla estrategias de marketing que promuevan prácticas agrícolas sostenibles y responsables incluyendo la negociación de contratos, gestión de canales de distribución y creación de valor agregado desde el punto de vista ambiental y social.</p>	<p>3.1 Desarrollo de estrategias de marketing para productos agropecuarios.</p> <p>3.2 Segmentación de mercado y selección de mercados meta.</p>	<p>3.2 Identifica los segmentos de mercado y selección de mercados meta.</p>	<p>marketing, el estudiante genera estrategias de marketing para un producto de la región.</p> <p>3.2 El estudiante expone la segmentación de mercados e identifica el mercado meta de un producto de la región.</p>	<p>los estudiantes y reporte de segmentación</p>
<p>CE7.1 Conoce e identifica los procesos de los sistemas de producción agropecuarios.</p> <p>CE7.7 Genera estrategias de gestión efectiva de costos en cada fase de la cadena de valor para mejorar la rentabilidad global</p>	<p>OBJETO DE ESTUDIO 4</p> <p>Canales de Distribución</p> <p>4.1 Tipos de canales de distribución en el sector agropecuario.</p> <p>4.2 Logística y gestión de la cadena de suministro en la comercialización agropecuaria.</p>	<p>4.1 Identifica los tipos de canales de distribución en el sector agropecuario.</p> <p>4.2 Conoce la logística y gestión de la cadena de suministro en la comercialización agropecuaria.</p>	<p>4.1 El estudiante realiza un mapa mental de los tipos de canales de distribución en el sector agropecuario.</p> <p>4.2 Se realiza una visita a una empresa agropecuaria para conocer como es la logística y cadena de suministro.</p>	<p>4.1 Mapa mental</p> <p>4.2 Reporte de visita</p>

<p>CE7.10 Conoce el marco legal de la normatividad vigente para la integración de una cadena de valor agregado en el sector agropecuario.</p> <p>CE8.1 Identifica y comprende las leyes y regulaciones específicas que involucran al sector agropecuario, incluyendo normativas relacionadas con la producción, comercialización, medio ambiente, salud, entre otras.</p> <p>CE8.2 Conoce los contratos y acuerdos legales relacionados con transacciones comerciales, arrendamientos, empleo, entre otros aspectos relevantes del sector agropecuario.</p>	<p>OBJETO DE ESTUDIO 5</p> <p>Aspectos Legales y Normativos</p> <p>5.1 Legislación y regulaciones relevantes para la comercialización de productos agropecuarios.</p>	<p>5.1 Conoce las normas, reglamentos y leyes que regulan la comercialización de productos agropecuarios.</p>	<p>5.1 El maestro expone las normas, reglamentos y leyes que regulan la comercialización de productos agropecuarios</p>	<p>5.1 Examen</p>
--	---	---	---	-------------------

<p align="center">FUENTES DE INFORMACIÓN (Bibliografía, direcciones electrónicas)</p> <p>Objeto 1 Comercio Internacional / Salvador Mercado / Cuarta Edición / Limusa /2000 Marketing / Kootler / Octava edición /Prentice Hall</p> <p>Objeto 2 Marketing agropecuario/Vargas Vargas, Samuel Antonio/Trillas 2012</p>	<p align="center">EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES (Criterios, ponderación e instrumentos)</p> <p>Objeto 1 Mapa Conceptual 50% Ensayo 50%</p> <p>Objeto 2 Tareas 50% Reporte 50%</p>
--	---

<p>Marketing / Kootler / Octava edición /Pretnice Hall La cadena de valor agroalimentaria. Análisis internacional de casos reales/ Julián Briz; Isabel de Felipe bonete, agrícola española, s.a., 2011 Isbn788492928071</p> <p>Objeto 3 Marketing agropecuario/Vargas Vargas, Samuel Antonio/Trillas 2012</p> <p>Marketing / Kootler / Octava edición /Pretnice Hall</p> <p>Objeto 4 Marketing agropecuario/Vargas Vargas, Samuel Antonio/Trillas 2012</p> <p>Marketing / Kootler / Octava edición /Pretnice Hall</p> <p>Objeto 5 Marketing agropecuario/Vargas Vargas, Samuel Antonio/Trillas 2012</p> <p>Canales de comercialización/Stern Luis et all/Quinta edición/ Editorial Prentice Hall</p> <p>La cadena de valor agroalimentaria. Análisis internacional de casos reales/ Julián Briz; Isabel de Felipe bonete, agrícola española, s.a., 2011 Isbn788492928071</p> <p>Objeto 5 Ley Agraria Ley de Fomento Agropecuario</p>	<p>Objeto 3 Reporte 50% Exposición 50%</p> <p>Objeto 4 Mapa mental 50% Reporte 50%</p> <p>Objeto 5 Examen 50% Tareas 50%</p>
--	---

Cronograma del avance programático

Objetos de aprendizaje	Semanas															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Evaluación diagnostico	x															
OBJETO DE ESTUDIO 1		x														
OBJETO DE ESTUDIO 2			x	x	x	x										
Evaluación parcial 1						x										
OBJETO DE ESTUDIO 3							x	x	x							
OBJETO DE ESTUDIO 4										x	x	x				
Evaluación parcial 2												x				
OBJETO DE ESTUDIO 5													x	x	x	x
Evaluación Final																x

Criterios SEAES:

Compromiso con la responsabilidad social
Excelencia
Vanguardia
Interculturalidad