

<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 INTERNACIONAL DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS</p>	DES:	AGROPECUARIA
	Programa(s) académico(s)	Licenciatura en Administración de Agronegocios
	Tipo de MATERIA: <i>Obligatoria / Optativa</i>	Optativa
	Clave de la Materia:	MA713
	Semestre:	Séptimo
	Área en plan de estudios (B,P,E,O):	Optativa
	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):		
Elaborado por:	M.A Ana Cristina Licón Villalpando	

DESCRIPCIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE/ CURSO:

Capacitar al estudiante en los principios y estrategias de la comercialización internacional de productos agropecuarios, considerando factores de mercado, normativas, y aspectos logísticos que intervienen en la exportación e importación de productos agrícolas. Se busca desarrollar habilidades para identificar oportunidades de negocio, aplicar estrategias de marketing internacional, y gestionar operaciones de comercio exterior.

COMPETENCIAS A DESARROLLAR:

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.

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.

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:

Comunicación efectiva

Trabajo en equipo

Pensamiento crítico y toma de decisiones

Capacidad de negociación

Sensibilidad cultural

DOMINIOS	OBJETOS DE ESTUDIO (Contenidos organizados por temas y subtemas)	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	METODOLOGÍA (Estrategias, recursos didácticos, secuencias didácticas.....)	EVIDENCIAS
<p>CP1. 3 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.</p>	<p>OBJETO DE ESTUDIO 1</p> <p>Introducción a la Comercialización Internacional de productos agropecuarios.</p> <p>1.1 Definición y conceptos básicos de comercio internacional.</p> <p>1.2 Importancia de los productos agropecuarios en el comercio global.</p> <p>1.3 Tendencias actuales en la exportación e</p>	<p>1.1 Comprende las definiciones y conceptos básicos del comercio internacional.</p> <p>1.2 Reconoce la importancia económica y social de los productos agropecuarios en el comercio global.</p> <p>1.3 Identifica las principales tendencias de la exportación</p>	<p>1.1 El estudiante realiza una búsqueda de definiciones y conceptos básicos del comercio internacional.</p> <p>1.2 El docente muestra la importancia económica y social de los productos agropecuarios en el comercio global.</p> <p>1.3 Actores y componentes de la exportación e importación de</p>	<p>1.1 El estudiante presenta un mapa conceptual con los principales conceptos básicos del comercio internacional.</p> <p>1.2 El estudiante presenta un ensayo de la importancia de los productos agropecuarios en el comercio global.</p>

	<p>importación de productos agrícolas.</p> <p>1.4 Principales mercados y actores del sector agropecuario.</p>	<p>e importación de productos agrícolas.</p> <p>1.4 Identifica los mercados y actores del sector agropecuario.</p>	<p>productos agrícolas.</p> <p>1.4 El estudiante busca los principales mercados del sector agropecuario.</p>	<p>1.3 Exposición por parte del docente.</p> <p>1.4 Infografía de los mercados y actores del sector agropecuario.</p>
<p>CE2. 2 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.</p> <p>CE2. 4 Es capaz de elaborar, analizar e interpretar de manera ética y responsable, estados financieros y planes para maximizar el rendimiento y minimizar el riesgo considerando presupuestos y logística en cadena de suministros, aplicar las técnicas de análisis financiero y la proyección de la estructura de capital para la toma de decisiones.</p>	<p>OBJETO DE ESTUDIO 2</p> <p>Análisis del Mercado Internacional 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 internacional.</p>	<p>2.1 Exposición por parte del docente</p> <p>2.2 Cuadro de análisis por parte del estudiante</p> <p>2.3 Exposición por parte del docente, reporte del estudiante del análisis de posicionamiento en el mercado internacional.</p>
<p>CE2.8 Comprende, aplica y gestiona</p>	<p>OBJETO DE ESTUDIO 3</p>	<p>3.1 Genera estrategias de</p>	<p>3.1 El docente expone la metodología</p>	<p>3.1 Exposición por parte del docente</p>

<p>el marco normativo y legal que rige las actividades agropecuarias. CE2.9 Evalúa y comprende los aspectos económicos asociados con la producción de bienes agrícolas y ganaderos. Implica la aplicación de herramientas y conceptos económicos específicos del sector agropecuario para tomar decisiones informadas sobre la gestión de recursos, costos, ingresos y rentabilidad.</p> <p>CE2.10 Fomentar el crecimiento sostenible y equitativo en la agricultura y la ganadería, mejorando la eficiencia y la productividad a través del desarrollo de procesos y tecnología que aumenten la eficiencia en la producción, desde la siembra hasta la comercialización.</p>	<p>Estrategias de Marketing Internacional</p> <p>3.1 Desarrollo de estrategias de marketing internacional para productos agropecuarios.</p> <p>3.2 Segmentación de mercado y selección de mercados meta.</p>	<p>marketing internacional para productos agropecuarios .</p> <p>3.2 Identifica los segmentos de mercado y selección de mercados meta.</p>	<p>para generar estrategias de marketing, el estudiante genera estrategias de marketing para un producto agrícola para comercialización internacional.</p> <p>3.2 El estudiante expone la segmentación de mercados e identifica el mercado meta de un producto agrícola para comercialización internacional.</p>	<p>y reporte por parte de los estudiantes.</p> <p>3.2 Exposición por parte de los estudiantes y reporte de segmentación de mercados.</p>
<p>CE8.1 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</p>	<p>OBJETO DE ESTUDIO 4</p> <p>Normativas y regulaciones del comercio internacional agropecuario.</p> <p>4.1 Legislación y regulaciones relevantes para la comercialización internacional de productos agropecuarios.</p>	<p>4.1 Conoce las normas, reglamentos y leyes que regulan la comercialización internacional de productos agropecuarios.</p>	<p>4.1 El maestro expone las normas, reglamentos y leyes que regulan la comercialización internacional de productos agropecuarios.</p>	<p>4.1 Reporte por parte de los alumnos.</p>

<p>la formación, desarrollo y operación legal y ética de una empresa en el sector agropecuario.</p>				
<p>CE7.1 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.</p>	<p>OBJETO DE ESTUDIO 5 Logística y distribución internacional de productos agrícolas.</p> <p>5.1 Tipos de canales de distribución en el sector agropecuario internacional.</p> <p>5.2 Logística y gestión de la cadena de suministro en la comercialización agropecuaria internacional.</p>	<p>5.1 Identifica los tipos de canales de distribución en el sector agropecuario internacional.</p> <p>5.2 Conoce la logística y gestión de la cadena de suministro en la comercialización agropecuaria internacional.</p>	<p>5.1 El estudiante realiza un mapa mental de los tipos de canales de distribución en el sector agropecuario internacional.</p> <p>5.2 Se realiza una visita a una empresa agropecuaria para conocer como es la logística y cadena de suministro.</p>	<p>5.1 Mapa mental</p> <p>5.2 Reporte de visita</p>
<p>CE11. Planear y ejecutar actividades de manera que sean ambientalmente sostenibles, socialmente responsables y económicamente viables a largo plazo. Este enfoque busca equilibrar la producción agrícola con la conservación de recursos naturales, el bienestar de las comunidades locales y el desarrollo económico.</p>	<p>OBJETO DE ESTUDIO 6 Plan de comercialización internacional de un producto agropecuario.</p> <p>6.1 Estructura y componentes de un plan de comercialización internacional.</p> <p>6.2 Evaluación de viabilidad y sostenibilidad del plan.</p>	<p>6.1 Identifica los componentes de un plan de comercialización internacional.</p> <p>6.2 Es capaz de aplicar los conocimientos en un caso real.</p>	<p>6.1 El docente expone la estructura de un plan de comercialización.</p> <p>6.2 El docente explica como evaluar un plan de comercialización internacional.</p>	<p>6.1 Reporte por parte de los alumnos.</p> <p>6.2 Examen.</p>

FUENTES DE INFORMACIÓN (Bibliografía, direcciones electrónicas)	EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES (Criterios, ponderación e instrumentos)
<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 /Pretnice Hall</p> <p>Objeto 2 Marketing agropecuario/Vargas Vargas, Samuel Antonio/Trillas 2012 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 Marketing / Kootler / Octava edición /Pretnice Hall</p> <p>Objeto 4 Ley Agraria Ley de Fomento Agropecuario</p> <p>Objeto 5 Marketing agropecuario/Vargas Vargas, Samuel Antonio/Trillas 2012 Canales de comercialización/Stern Luis et all/Quinta edición/ Editorial Prentice 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 6 Comercio Internacional / Salvador Mercado / Cuarta Edición / Limusa /2000 Marketing / Kootler / Octava edición /Pretnice Hall</p>	<p>Objeto 1 Mapa Conceptual 30% Ensayo 40% Infografía 40%</p> <p>Objeto 2 Tareas 50% Reporte 50%</p> <p>Objeto 3 Reporte 50% Exposición 50%</p> <p>Objeto 4 Reporte 100%</p> <p>Objeto 5 Mapa mental 50% Reporte Visita 50%</p> <p>Objeto 6 Examen 50% Reporte 50%</p>

Cronograma del avance programático																
Objetos de Estudio	Semanas															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16

EVALUACIÓN DIAGNÓSTICO:	X																
OBJETO DE ESTUDIO 1.	X	X	X														
OBJETO DE ESTUDIO 2:				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			
OBJETO DE ESTUDIO 6:														X	X		
EVALUACIÓN FINAL:																	X

Criterios SEAES:

- Compromiso con la responsabilidad social
- Excelencia
- Vanguardia
- Innovación social
- Interculturalidad