

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE
CHIHUAHUA**



**FACULTAD DE CIENCIAS
AGRÍCOLAS Y FORESTALES**



**PROGRAMA ANALÍTICO DE LA
UNIDAD DE APRENDIZAJE:**

**MERCADEO GLOBAL DE
PRODUCTOS
AGROPECUARIOS**

DES:	AGROPECUARIA
Programa(s) académico(s)	Ingeniería Agroindustrial
Tipo de MATERIA: <i>Obligatoria / Optativa</i>	Optativa
Clave de la Materia:	OP813
Semestre:	Octavo
Área en plan de estudios (B,P,E,O):	0 (Optativa)
Total de horas por semana:	6
<i>Teoría: Presencial o virtual</i>	2
<i>Laboratorio o Taller:</i>	0
<i>Prácticas</i>	2
Trabajo extra-clase:	2
Créditos totales:	6
Total de horas por semestre (x 16 semanas)	96
Fecha de actualización:	Febrero 2025
Prerrequisito (s):	Ninguno
Elaborado por:	M.A. ANA CRISTINA LICÓN VILLALPANDO

DESCRIPCIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE/ CURSO:

La asignatura de Mercadeo Global de Productos Agropecuarios proporciona a los estudiantes las bases teóricas y prácticas para comprender y aplicar estrategias de comercialización en mercados internacionales. Se abordan aspectos clave como la demanda global, normatividad comercial, logística de exportación, certificaciones de calidad y estrategias de negociación, con el objetivo de fortalecer la competitividad de los productos agropecuarios en un entorno globalizado.

COMPETENCIAS A DESARROLLAR:

CG1. Excelencia y Desarrollo Humano. La excelencia educativa promueve el desarrollo humano integral con resultados tangibles obtenidos en la formación de profesionales con conciencia ética y solidaria, pensamiento crítico y creativo, así como una capacidad innovadora, productiva y emprendedora.

Se puntualiza en los aprendizajes, como referente para construir nuevas propuestas y soluciones en el marco de la innovación y pertinencia social, con matices éticos y de valores, que desde su particularidad cultural le permitan respetar la diversidad, promover la inclusión, valorar la interculturalidad.

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.

CG5. Innovación y Emprendimiento Social.- Construye de forma colaborativa con actores académicos y

no académicos, proyectos innovadores de emprendimiento social considerando los avances científicos y tecnológicos para la transformación de la sociedad; mediante la habilitación de redes y comunidades de práctica que posibiliten el diálogo abierto, la pluralidad epistémica, la participación, la realimentación y, la construcción de conocimiento, con valores de solidaridad, justicia, equidad, sostenibilidad, interculturalidad, democracia y derechos humanos.

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.

CE1. Optimización de Procesos Agroindustriales: Diseña, implementa, optimiza y gestiona procesos de producción agroindustrial, incluyendo la planificación de la producción, la legislación agroindustrial, la gestión de la cadena de suministro, el control de calidad, la transformación de productos agroindustriales, asegurando eficiencia, calidad y sostenibilidad y la implementación de sistemas de gestión.

CE6. Gestión Ambiental y Sostenibilidad en la cadena de suministro: Gestiona y optimiza la cadena de suministro, desde la producción primaria hasta la distribución y comercialización de productos agroindustriales, mejorando la eficiencia y reduciendo costos logísticos. Comprende los principios de gestión ambiental aplicados a la agroindustria, incluyendo la minimización de residuos, el uso eficiente de recursos naturales y la implementación de prácticas sostenibles. Desarrolla investigación original, tecnología y/o innovaciones en procesos, servicios o productos que contribuyan a la solución de problemas, mejoren la convivencia, generen oportunidades para el desarrollo sustentable y propicien una mejor calidad de vida.

CE7. Análisis Económico y viabilidad de proyectos agroindustriales: Elabora análisis económicos y financieros de proyectos agroindustriales, incluyendo análisis de mercado, la evaluación de costos y beneficios, análisis de riesgos y de viabilidad y la gestión de presupuestos para la toma de decisiones.

HABILIDADES BLANDAS:

Toma de decisiones
Comunicación
Pensamiento estratégico
Trabajo en equipo
Creatividad e innovación

DOMINIOS	OBJETOS DE ESTUDIO (Contenidos organizados por temas y subtemas)	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	METODOLOGÍA (Estrategias, recursos didácticos, secuencias didácticas.....)	EVIDENCIAS
<p>CG1.1 Excelencia y Desarrollo Humano. Desarrolla el pensamiento crítico a partir de la libertad, el análisis, la reflexión y la argumentación.</p> <p>CG5.1 Analiza y prioriza las necesidades de las personas y sus comunidades, para el diseño de proyectos innovadores inter institucionales e</p>	<p>Objeto de Estudio 1</p> <p>1. Fundamentos del Mercadeo Global Agropecuario</p> <p>1.1 Conceptos básicos del marketing en el sector agropecuario.</p> <p>1.2 Diferencias entre mercados locales, nacionales e internacionales.</p> <p>1.3 Importancia del comercio agropecuario en la economía global.</p>	<p>Definir los conceptos fundamentales del marketing agropecuario.</p> <p>Diferenciar las características y dinámicas de los mercados locales, nacionales e internacionales.</p> <p>Explicar la importancia del comercio agropecuario en la economía global.</p> <p>Analizar los factores</p>	<p>Análisis comparativo: Evaluación de casos de mercados agropecuarios locales, nacionales e internacionales.</p> <p>Discusión en clase: Debate sobre el impacto del comercio agropecuario en la economía global.</p> <p>Ejercicio práctico: Identificación de productos agropecuarios con</p>	<p>Ensayo: Evaluación de casos de mercados agropecuarios locales, nacionales e internacionales.</p> <p>Foro de discusión: Debate sobre el impacto de la sostenibilidad en el comercio agropecuario.</p> <p>Proyecto práctico: Desarrollo de un informe sobre la</p>

<p>intercomunitarios</p> <p>CP1.3 Identifica factores externos e internos que afectan la toma de decisiones estratégicas.</p> <p>CP2.4 Diagnostica la problemática y el potencial de desarrollo sostenible de los ecosistemas y sistemas de producción bajo las condiciones de su entorno regional.</p> <p>CE7.2 Realiza estudios de mercado para identificar oportunidades y evaluar la demanda de productos y servicios agroindustriales.</p>	<p>2. Análisis del Entorno y Tendencias.</p> <p>2.1 Factores económicos, políticos y sociales que afectan el comercio agropecuario.</p> <p>2.2 Tendencias en el consumo de productos agrícolas y pecuarios.</p> <p>2.3 Sostenibilidad y agricultura regenerativa en mercados globales</p>	<p>económicos, políticos y sociales que afectan el comercio agropecuario.</p> <p>Evaluar las tendencias de consumo de productos agrícolas y pecuarios a nivel global.</p> <p>Explicar el concepto de sostenibilidad y su aplicación en la agricultura regenerativa.</p>	<p>potencial de comercialización en mercados globales.</p>	<p>influencia de los factores externos en un producto agropecuario específico.</p>
<p>CG1. 3 Desarrolla de habilidades y capacidades innovadoras, productivas y de emprendimiento.</p> <p>CG3. 3 Analiza la interacción entre la naturaleza y la sociedad, para garantizar la preservación del entorno natural y promover estilos de vida sostenible.</p> <p>CG4.2 Utiliza de forma responsable las tecnologías de la información, comunicación, conocimiento y aprendizaje (TICCA), en el proceso de construcción de saberes y el desarrollo de proyectos</p>	<p>Objeto de Estudio 2</p> <p>3. Normativas y Regulaciones Internacionales</p> <p>3.1 Requisitos fitosanitarios y barreras comerciales</p> <p>3.2 Certificaciones y estándares de calidad (Orgánico, Fair Trade, Global GAP)</p> <p>3.3 Acuerdos comerciales y su impacto en la exportación agropecuaria</p> <p>4. Estrategias de Comercialización y Exportación.</p> <p>4.1 Estrategias de entrada a mercados internacionales.</p> <p>4.2 Canales de distribución y logística en el comercio agropecuario.</p> <p>4.3 Estrategias de diferenciación y valor agregado en productos agropecuarios.</p>	<p>Diseñar un plan de exportación agropecuario considerando normativas y tendencias del mercado global.</p> <p>Analizar la cadena de suministro y logística para la exportación de productos agropecuarios.</p> <p>Evaluar la viabilidad de la exportación de un producto agropecuario a un mercado internacional específico.</p> <p>Desarrollar un plan de mercadeo global para un producto agropecuario considerando análisis de mercado, estrategias de posicionamiento y diferenciación.</p> <p>Crear campañas publicitarias digitales</p>	<p>Taller práctico: Creación de un plan de exportación con estudio de normativas, logística y costos.</p> <p>Simulación de mercado: Uso de plataformas de comercio electrónico para vender productos agropecuarios.</p> <p>Uso de herramientas digitales: Diseño de estrategias de marketing digital usando redes sociales y plataformas de e-commerce.</p> <p>Creación de campañas publicitarias: Diseño de anuncios digitales y estrategias de promoción para productos agroexportables.</p>	<p>Simulación de Exportación.</p> <p>Creación de una Tienda en Línea</p> <p>Diseño de Anuncios en Redes Sociales</p>

<p>sociales innovadores en el ámbito digital. CP1.3 Identifica factores externos e internos que afectan la toma de decisiones estratégicas. CP2.4 Diagnostica la problemática y el potencial de desarrollo sostenible de los ecosistemas y sistemas de producción bajo las condiciones de su entorno regional. CE5.10 Evalúa y cumple con las normativas y regulaciones para el desarrollo y comercialización de nuevos productos.</p>		<p>orientadas a mercados agropecuarios internacionales.</p> <p>Aplicar estrategias de branding y marketing digital para productos agroexportables</p>		
<p>CG4.7 Participa en el desarrollo de propuestas y soluciones en el marco de la innovación y pertinencia social CP1.3 Identifica factores externos e internos que afectan la toma de decisiones estratégicas. CP2.4 Diagnostica la problemática y el potencial de desarrollo sostenible de los ecosistemas y sistemas de producción bajo las condiciones de su entorno regional. CE5.1 Investiga las demandas del mercado y las tendencias de consumo para identificar oportunidades de nuevos productos. CE5.8 Desarrolla estrategias de comercialización y</p>	<p>Objeto de Estudio 3 5. Innovación y Tecnología en el Mercadeo Agropecuario 5.1 Uso del comercio electrónico y plataformas digitales 5.2 Inteligencia artificial y big data en la comercialización agrícola 5.3 Blockchain y trazabilidad en la cadena de suministro 6. Comportamiento del Consumidor y Segmentación de Mercados 6.1 Preferencias y hábitos de compra en mercados internacionales 6.2 Adaptación del producto a las demandas del consumidor global 6.3 Marketing sensorial y branding en productos agropecuarios</p>	<p>Identificar y analizar las regulaciones internacionales que afectan el comercio agropecuario.</p> <p>Evaluar el impacto de normas sanitarias, arancelarias y acuerdos comerciales en la exportación de productos agropecuarios.</p> <p>Desarrollar habilidades de presentación y argumentación en la exposición de investigaciones.</p> <p>Implementar estrategias de marketing digital para la promoción de productos agropecuarios en mercados globales.</p> <p>Analizar el impacto de las redes sociales en la comercialización de</p>	<p>Investigaciones individuales y grupales: Análisis de regulaciones y tendencias de consumo en mercados agropecuarios.</p> <p>Estudio de casos: Evaluación de empresas que han enfrentado barreras comerciales o que han adaptado estrategias exitosas.</p> <p>Foro de discusión: Análisis de redes sociales y plataformas de e-commerce para productos agropecuarios.</p>	<p>Creación de una Estrategia de Marketing Digital</p> <ul style="list-style-type: none"> Diseñar una estrategia de marketing en redes sociales para un producto agropecuario. <p>Evaluación de Campañas Digitales Exitosas</p> <ul style="list-style-type: none"> Analizar cómo marcas agropecuarias utilizan el marketing digital para vender sus productos.

marketing para el lanzamiento		productos agropecuarios.		
<p>CG5. 5 Participa en proyectos innovadores de protección al medio ambiente y al desarrollo sostenible.</p> <p>CG4.9 Se mantiene actualizado en tendencias y herramientas digitales.</p> <p>CP1.3 Identifica factores externos e internos que afectan la toma de decisiones estratégicas.</p> <p>CP2.4 Diagnostica la problemática y el potencial de desarrollo sostenible de los ecosistemas y sistemas de producción bajo las condiciones de su entorno regional.</p> <p>CE5.8 Desarrolla estrategias de comercialización y marketing para el lanzamiento exitoso de nuevos productos.</p> <p>CE5.9 Adapta productos a diferentes preferencias culturales y regionales de los consumidores.</p>	<p>Objeto de Estudio 4</p> <p>7. Sostenibilidad y Responsabilidad Social en el Comercio Agropecuario</p> <p>7.1 Producción sostenible y su impacto en la percepción del consumidor</p> <p>7.2 Economía circular y reducción del desperdicio en la cadena agroalimentaria</p> <p>7.3 Impacto del cambio climático en la comercialización de productos agropecuarios</p> <p>8. Estudios de Mercado</p> <p>8.1 Empresas agropecuarias exitosas en mercados internacionales</p> <p>8.2 Análisis de países con fuerte exportación agropecuaria</p> <p>8.3 Estrategias de marketing en productos como café, cacao, carne, frutas y hortalizas</p>	<p>Analizar el impacto de la producción sostenible en la percepción del consumidor y en la competitividad de los productos agropecuarios.</p> <p>Diseñar propuestas de mejora para la sostenibilidad en la agroindustria.</p> <p>Analizar las estrategias de marketing utilizadas por empresas exportadoras de productos agropecuarios.</p> <p>Evaluar las ventajas competitivas de países con fuerte exportación agropecuaria.</p> <p>Aplicar modelos de éxito en el diseño de estrategias de mercadeo para productos agropecuarios.</p>	<p>Estudios de caso: Empresas que han implementado estrategias sostenibles en el sector agropecuario.</p> <p>Investigación de mercado: Análisis de datos sobre exportaciones agropecuarias.</p> <p>Presentaciones grupales: Exposición de análisis de mercados agropecuarios.</p>	<p>Análisis de Empresas Agropecuarias Exitosas Elegir una empresa líder en exportación agropecuaria (ejemplo: Juan Valdez, Blue Diamond Almonds, Zespri).</p> <p>Estudio de Países con Fuerte Exportación Agropecuaria Investigar países con alto volumen de exportación agropecuaria (ejemplo: Brasil, Nueva Zelanda, Colombia).</p> <p>Exposición del análisis y estudio.</p>

FUENTES DE INFORMACIÓN (Bibliografía, direcciones electrónicas)	EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES (Criterios, ponderación e instrumentos)
<p>1 "Marketing Agrícola: Principios y Prácticas" – K. L. Kohl & J. N. Uhl</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conceptos básicos de mercadeo agrícola y estrategias de comercialización. 	<p>3 parciales:</p> <p>Parcial 1:</p> <p>a. Evaluación escrita 30%</p> <p>b. Actividades 40%</p>

<p>2 "International Trade and Agriculture: Theories and Practices" – Won W. Koo & P. Lynn Kennedy</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis del comercio internacional de productos agropecuarios. <p>3 "Agribusiness Management" – Freddie L. Barnard et al.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestión y estrategias en negocios agropecuarios. <p>4 "The Business of Food: Encyclopedia of the Food and Drink Industries" – Gary Allen & Ken Albala</p> <ul style="list-style-type: none"> • Información sobre la industria alimentaria y tendencias de consumo. <p>5 "Sustainable Agriculture and Food Supply" – Wayne Martindale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de sostenibilidad en el comercio agropecuario. 	<p>c. Foros de discusión 30%</p> <p>Parcial 2:</p> <p>a. Evaluación escrita 30%</p> <p>b. Actividades 40%</p> <p>c. Foros de discusión 30%</p> <p>Parcial 3:</p> <p>a. Evaluación escrita 30%</p> <p>b. Actividades 40%</p> <p>c. Foros de discusión 30%</p> <p>Evaluación final: Trabajo Integrador Final y Ensayo</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													
OBJETO DE ESTUDIO 2:				x	x											
Evaluación parcial 1						x										
OBJETO DE ESTUDIO 3:							x	x	x							
OBJETO DE ESTUDIO 4:										x	x					
Evaluación parcial 2												x				
Evaluación Final													x	x	x	x