

Plan 280 Ing. Agrónomo

Asignatura 22314 COMERCIALIZACION AGRARIA

Grupo 1

### Presentación

### Programa Básico

### Objetivos

Capacitar al alumno en la gestión comercial de las empresas agrarias mediante el conocimiento de las actividades comerciales y de las técnicas de marketing.

### Programa de Teoría

- Concepto de comercialización. - Los agentes de comercialización. - Los canales de comercialización. - Modalidades de contratos. - Técnicas de mercado. - Variables del marketing. - Planificación de la gestión. - Gestión de stocks.

### Programa Práctico

### Evaluación

La superación de la asignatura conlleva la realización de un examen final compuesto de una parte teórica y otra de realización de supuestos prácticos. Opcionalmente se elaborará durante el curso algún trabajo de aplicación práctica del programa que tendrá repercusión en la nota final.

### Bibliografía

CALDENTEY, P. (1992). "Comercialización de productos agrarios". Editorial Agrícola Española. Madrid, (4ª edición).  
\* CALDENTEY, P.; HARO, T.; TITOS, A. y BRIZ, J. (1992). "Marketing Agrario". Ediciones Mundi-Prensa. Madrid (2ª edición).  
\* CASARES, J. y REBOLLO, A. (1996). "Distribución comercial". Editorial Civitas, S.A. Madrid.  
\* LARRAÑETA, J.C.; ONIEVA, L. y LOZANO, S. (1995). "Métodos modernos de Gestión de la Producción". Alianza Universidad Textos. Madrid.  
\* RIVERA, L.M. (1989). "Marketing para las Pymes Agrarias y Alimentarias". MAPA. Barcelona.