

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.