

Plan 74 Ing.Tec.Agrí-cola Esp Hortofr y Jardinería

Asignatura 17687 COMERCIALIZACION AGRARIA

Grupo 1

Presentación

Programa Básico

Objetivos

Conocimiento de las estructuras comerciales básicas en el sector agrario Principios de contratación mercantil. Introducción al marketing con especial referencia a las empresas agroalimentarias. Promoción de la calidad de los productos agroalimentarios.

Programa de Teoría

I. Concepto y fases del proceso de comercialización. II. Los Agentes de Comercialización. III. Criterios y métodos para la localización de establecimientos comerciales IV. Canales de comercialización. V. Modalidades de contratos y centros de contratación en la comercialización. VI. Técnicas de mercado o marketing. VII. Estrategias de promoción. VIII. Planificación de la gestión comercial. Las empresas agrarias y la comercialización. IX. Promoción y defensa de la calidad de los productos agrarios.

Programa Práctico

Evaluación

Examen escrito con prueba objetiva y/o preguntas de desarrollo y/o supuestos prácticos; su valor será el 80% de la nota total.

Trabajo práctico sobre los contenidos de la asignatura, con exposición en aula, con un valor máximo del 10% de la nota total.

Se valorará la asistencia a clase con hasta 10% del valor de la nota final.

Bibliografía

CALDENTEY, P. (1992). "Comercialización de Productos Agrarios". Ed. Agrícola Española. Madrid (4.ª edición).
* CALDENTEY, P.; HARO, T.; TITOS, A. y BRIZ, J. (1992). "Marketing Agrario". Ed. Mundi-Prensa. Madrid (2.ª edición).
* RODRÍGUEZ-BARRIO, J.E.; RIVERA, L.M.; OLMEDA, M. (1990). "Gestión Comercial de la Empresa Agroalimentaria". Ed. Mundi-Prensa. Madrid.