

PROGRAMA DE: Comercialización de Productos Agropecuarios

CÓDIGO: 195

HORAS DE CLASE				DOCENTE RESPONSABLE
TEÓRICAS		PRÁCTICAS		
p/semana	p/cuatrim.	p/semana	p/cuatrim.	
4	64	2	32	Lic. Lorena Viviana GANDINI

DESCRIPCIÓN:

La asignatura tiene objetivo dotar a los alumnos de los conocimientos acerca de los aspectos específicos de la comercialización de productos agropecuarios, a partir del conocimiento de la estructura y funcionamiento de los mercados agropecuarios.

PROGRAMA SINTÉTICO:**UNIDAD TEMÁTICA I:** ASPECTOS GENERALES DE LA COMERCIALIZACIÓN AGROPECUARIA**UNIDAD TEMÁTICA II:** ESTRUCTURA DEL COMERCIO DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS**UNIDAD TEMÁTICA III:** COMERCIALIZACIÓN GANADERA**UNIDAD TEMÁTICA IV:** COMERCIALIZACIÓN AGRÍCOLA**UNIDAD TEMÁTICA V:** ANÁLISIS INSTITUCIONAL DE LOS MERCADOS AGROPECUARIOS**PROGRAMA ANALÍTICO:****UNIDAD TEMÁTICA I – ASPECTOS GENERALES DE LA COMERCIALIZACIÓN AGROPECUARIA**

1. Empresa agropecuaria. Características distintivas.
2. Mercados agropecuarios: Concepto. Características. Mercado de commodities y mercado de especialidades.
3. Funciones, participantes y análisis de los sistemas de comercialización.

UNIDAD TEMÁTICA II – ESTRUCTURA DEL COMERCIO DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS

1. Comercialización y Agronegocios: Conceptos de Mercado y comercialización. Enfoque sistemático de la comercialización. El sistema de intercambio y de distribución física. Los agronegocios y el concepto de cadena de valor.
2. Enfoque sistemático de la comercialización. Sistemas de comercialización. Sistema tradicional o centralizado y descentralizado. Integración y coordinación en comercialización. Integración vertical y horizontal. Coordinación vertical y horizontal. Coordinación física y económica.
3. Las Cadenas de Valor.

Vigencia a partir del año:

2019

UNIDAD TEMÁTICA III – COMERCIALIZACIÓN GANADERA

1. Mercados ganaderos: concepto. Características. Tendencias del sector agroalimentario mundial. Estructura internacional: principales oferentes y demandantes. Situación de nuestro país. Consumo por habitante.
2. Comercialización ganadera. Ciclo ganadero. Participantes que intervienen en el proceso de comercialización. SENASA. RENSPA. ONCCA. Canales modernos de comercialización de hacienda: mercados, remates. El rol de la tipificación. Trazabilidad.

UNIDAD TEMÁTICA IV – COMERCIALIZACIÓN AGRÍCOLA

1. Mercados agrícolas: concepto y características. Tendencias del sector agroalimentario a nivel mundial. Diferencias entre productos commodities y specialities. Estructura internacional: principales oferentes y demandantes.
2. Análisis por funciones de la comercialización. Aspectos funcionales, institucionales y estructurales. Funciones de intercambio, físicas y auxiliares o de facilitación.
3. Comercialización primaria, secundaria y terciaria. Clasificación y normalización. Factores de calidad en los cereales. Funciones auxiliares. Información de precios y de mercados

UNIDAD TEMÁTICA IV – ANÁLISIS INSTITUCIONAL DE LOS MERCADOS AGROPECUARIOS

1. Organización administrativa legal en el comercio de productos agropecuarios. Modalidades de Comercialización. Los mercados institucionales Bolsas de Cereales y productos. Mercados concentradores de hacienda. Fuentes de Información. Financiamiento de los mercados agropecuarios.
2. El rol del Estado en el comercio agropecuario.
3. El concepto de riesgo en la comercialización. Participantes del proceso. Canales de comercialización. Tipos de contrato.
4. Mercado a término. Funciones. Participantes. Operaciones con Futuros y Opciones

PROGRAMA DE: Comercialización de Productos Agropecuarios

CÓDIGO: 195

BIBLIOGRAFÍA

- DURAN, R.- SCOPONI, L. y colaboradores (2009) "El gerenciamiento agropecuario en el siglo XXI". Segunda Edición. Buenos Aires. Editorial Osmar Buyatti.
- HULL, John C. (2009). "Introducción a Los Mercados de Futuros y Opciones". 6ta Edición. Editorial Prentice Hall.
- MENDOZA, G. (1987) "Compendio de Mercadeo de Productos Agropecuarios". Segunda Edición Revisada y Aumentada. Servicio Editorial Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. San José, Costa Rica.
- Bolsa de Comercio de Rosario y Cámara Arbitral de Cereales (2019) <https://cac.bcr.com.ar/es>
- Bolsa de Cereales y Productos de Bahía Blanca (2019) <http://www.bcp.org.ar/>
- Federal Agricultural Organization (FAO) (2019) <http://www.fao.org/home/es/>
- United States Department of Agricultural (USDA) (2019) <https://www.usda.gov/>


DOCENTE RESPONSABLE

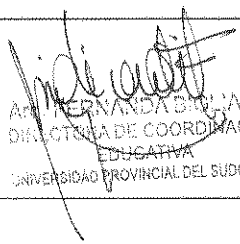
FIRMA

Lic. Lorena Viviana GANDINI


AUTORIDAD DE
FACULTAD MPMAUTORIDAD DE FACULTAD
DLRSECRETARIO GENERAL
ACADÉMICO/DIRECTOR DE
COORDINACIÓN EDUCATIVA

 Lic. ALEXIA POSTEMSKY
 DECANA
 FACULTAD DE LA MICRO
 PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA
 UNIVERSIDAD PROVINCIAL DEL SUDOESTE


 Lic. JULIANA TOMASSINI
 DECANA
 FACULTAD DE DESARROLLO LOCAL Y REGIONAL
 Universidad Provincial del Sudoeste


 Lic. FERNANDA BIANCHI
 DIRECTORA DE COORDINACIÓN
 EDUCATIVA
 UNIVERSIDAD PROVINCIAL DEL SUDOESTE
Vigencia a partir
del año:

2019



GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES
2019 - Año del centenario del nacimiento de Eva María Duarte de Perón

Hoja Adicional de Firmas
Anexo de Firma Conjunta

Número:

Referencia: ANEXO actualización Programa Comercialización de Productos Agropecuarios

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 3 pagina/s.