

ESPERANZA, 5 de Julio de 2023

VISTAS estas actuaciones por las que el Msc. Oscar Osan, eleva la Planificación 2023 de la asignatura Obligatoria “Mercadeo Agroalimentario” correspondiente a la carrera de Ingeniería Agronómica de esta Facultad,

CONSIDERANDO

Que cuenta con el aval del Departamento de Ciencias Sociales y el informe técnico realizado por la Dirección de la Carrera de Ingeniería Agronómica,

Que la presente se ajusta a lo dispuesto en los artículos 11° a 13° del Reglamento de la carrera de Grado de la Facultad cuyo texto ordenado fue aprobado por Resolución de Decano n° 449/13,

POR ELLO y teniendo en cuenta lo sugerido por la Comisión de Enseñanza, como así también lo acordado en sesión ordinaria del día 3 de Julio del corriente,

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS

RESUELVE:

ARTÍCULO 1°: Aprobar la Planificación 2023 de la asignatura obligatoria “Mercadeo Agroalimentario” de la carrera de Ingeniería Agronómica de esta Facultad, que como anexo forma parte integrante de la presente.

ARTÍCULO 2°: Inscribise, comuníquese. Notifíquese al responsable de la asignatura, a la Directora de Carrera de Ingeniería Agronómica y al Director del Dpto. de Ciencias Sociales Dr Rubén Elz. Cumplido archívese.

RESOLUCIÓN “C.D.” n° 236/23



Valide la firma de este documento digital con el código **RDCD_FCA-1161532-23_236** accediendo a <https://servicios.unl.edu.ar/firmadigital/>

*Este documento ha sido firmado digitalmente conforme Ley 25.506, Decreto reglamentario Nro. 182/2019 y a la Ordenanza Nro. 2/2017 de esta Universidad.

Universidad Nacional del Litoral

Facultad de Ciencias Agrarias

Anexo Res. 236/23

PLANIFICACION DE ASIGNATURA

AÑO ACADÉMICO: 2023

Asignatura: MERCADEO AGROALIMENTARIO

Régimen: Cuatrimestral

Nº de semanas: 14

Carga Horaria: 56 hs.

Carga horaria semanal: 4 hs.

a) Objetivos del aprendizaje:

Que los alumnos puedan comprender el proceso de comercialización agropecuaria en las condiciones de funcionamiento de los mercados y con las características propias de los negocios agroalimentarios, sus actores, relaciones, y sus principales tendencias, orientados a los consumidores, mediante el análisis de la información relevante y la metodología del marketing, destinado a mejorar los procesos de toma de decisiones en las organizaciones que operan en los negocios agroalimentarios.

b) Contenidos:

b.1 Contenidos mínimos

Área de Formación: Profesional				
Contenidos y habilidades	Aprende	Observa	Resuelve	Ejecuta
2. Gestión y administración de sistemas agropecuarios	X	X	X	X
9. Acondicionamiento, almacenamiento y transporte de insumos y productos agropecuarios.	X	X	X	X
10. Normativas de certificación del funcionamiento y/o condición de uso, estado o calidad de recursos bióticos y abióticos, insumos, productos y procesos.	X	X	X	X



Valide la firma de este documento digital con el código **RDCD_FCA-1161532-23_236** accediendo a <https://servicios.unl.edu.ar/firmadigital/>

*Este documento ha sido firmado digitalmente conforme Ley 25.506, Decreto reglamentario Nro. 182/2019 y a la Ordenanza Nro. 2/2017 de esta Universidad.

14. Realización de estudios agroeconómicos.	X	X	X	X
---	---	---	---	---

b.2 Programa analítico

Unidad 1: Principios generales del marketing en la organización

Marco conceptual: Mercados y conceptos generales de marketing. Organización de los mercados. Funciones.

Modelos y tipos de mercado. Commodities y especialidades.

El contexto global del marketing agroalimentario. Nuevos modelos de negocios.

Unidad 2: Introducción a los sistemas agroalimentarios

Cadenas. Distritos agroindustriales y redes de empresas. Costos de transacción. Procesos de coordinación horizontal. Mecanismos de integración y coordinación vertical. Los mesosistemas y sus relaciones externas. El estudio de las cadenas.

Unidad 3: Modelo de negocios agroalimentarios

Definición de un modelo de negocio. Los nueve módulos del lienzo: Segmentos de mercado, propuestas de valor, canales, relaciones con clientes, fuentes de ingresos, recursos clave, actividades clave, asociaciones clave, estructura de costos.

Unidad 4: Gestión comercial en los negocios agroalimentarios.

4.1. Gestión comercial:

Análisis entorno comercial: descripción del mercado, revisión del producto, la competencia, los canales y la logística. Matriz FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas).

Objetivos del plan. Estrategias de marketing: Segmentación, posicionamiento, estrategia de producto, precio, distribución y comunicación.

Programas de acción. Presupuesto. Control.

4.2. Gestión comercial en negocios de commodities

4.2.1. Elementos para el análisis del entorno comercial: Instituciones e infraestructura de la comercialización. Comercio internacional de commodities agropecuarios: determinantes y evolución, globalización y regionalismo. Bloques económicos y su influencia en el comercio mundial de alimentos. Políticas comerciales. Incoterms. Análisis y pronósticos de precios: Análisis Técnico y fundamental.

4.2.2. Estrategias para la comercialización de commodities en Argentina: Mercado disponible. Cobertura de riesgos. Mercados a futuro. Tipos de contratos.

4.3. Gestión comercial en negocios de especialidades

4.3.1. Elementos para el análisis del entorno comercial: Calidad y Seguridad Agroalimentaria: Concepto, Reglamentaciones. Buenas Prácticas. Trazabilidad. Normativas. Organismos de Certificación.

4.3.2 Estrategias para la diferenciación en el negocio de especialidades: Valor agregado en los productos de origen agropecuario.

Estrategias y mecanismos para agregar valor: Diferenciación de productos y de mercados. Instrumentos

Universidad Nacional del Litoral

Facultad de Ciencias Agrarias



Valide la firma de este documento digital con el código RDCD_FCA-1161532-23_236 accediendo a <https://servicios.unl.edu.ar/firmadigital/>

*Este documento ha sido firmado digitalmente conforme Ley 25.506, Decreto reglamentario Nro. 182/2019 y a la Ordenanza Nro. 2/2017 de esta Universidad.



de diferenciación. Funcionalidades. Alimentación y Salud Humana. Desarrollo de Proveedores. Procedimientos y sistemas de aplicación de Certificaciones.

b.3 Programa de trabajos prácticos

TP N° 1: Mercados agroalimentarios

TP N° 2: Cadenas Agroalimentarias

TP N° 3: Costos de transacción

TP N° 4: Análisis de modelo de negocios

TP N° 5: Precios agropecuarios

TP N° 6: Comercio Agroalimentario y Políticas comerciales

TP N° 7: Mercados de Futuros y Opciones

TP N° 8: Marketing Agroalimentario: Análisis de casos

TP N° 9: Marketing Agroalimentario: Elaboración de modelos de negocios.

c) Bibliografía básica y complementaria recomendada

Bibliografía básica

Título	Autores	Editorial	Ejemplares disponibles	Año de edición	Si se encuentra disponible en línea indique la modalidad de acceso y el link.
Marketing	KOTLER, PHILIP Y ARMSTRONG, GARY	PEARSON EDUCACIÓN,		2012	Google: https://www.academia.edu/42228046/Kotler_P_and_Armstrong_G_2012_Marketing_14e_PEARSON_EDUCACION_MEXICO
Manual 5: el mercado y la comercialización	Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura – San José, C.R.: IICA.			2018	Google: Web institucional en http://www.ica.int
Economía	Fischer, Stanley; Dornbusch, Rudiger; Schmalensee, Richard	2. ed. McGraw-Hill. México.	1	1998	



Valide la firma de este documento digital con el código RDCD_FCA-1161532-23_236 accediendo a <https://servicios.unl.edu.ar/firmadigital/>

*Este documento ha sido firmado digitalmente conforme Ley 25.506, Decreto reglamentario Nro. 182/2019 y a la Ordenanza Nro. 2/2017 de esta Universidad.



Agronegocios . Empresa y emprendimiento.	Alvarado Ledesma M.	Buenos Aires, El Ateneo. 220 p	1	2004	
La nueva economía y negocios agroalimentarios.	Ordoñez H.	En Ordoñez H. Colección Agronegocios. FAUBA.	1	2009	Google: https://es.scribd.com/document/74074687/LA-NUEVA-ECONOMIA-Y-AGRONEGOCIOS-ALIMENTARIOS-NENA
Sistemas Agroindustriales, competitividad, estrategias y mercados.	Cetrángolo H., varios autores	Buenos Aires, Ediciones UBA Facultad de Agronomía	1	2014	
Comercialización Agropecuaria .	Quagliani A. J. y Qüesta M	Facultad de Ciencias Agrarias. UNR. Rosario, Juglaria.	2	2012	
Generación de modelos de negocio. Un manual para visionarios, revolucionarios y retadores	Osterwalder, A; Pigneur, Y	Barcelona : Deusto		2011	Google: https://www.academia.edu
Manual de capacitación: agregación de valor a productos de origen agropecuario: elementos para la formulación e implementación de políticas públicas	IICA – San José, C.R.: IICA			2014	Google: http://www.iica.int



Valide la firma de este documento digital con el código **RDCD_FCA-1161532-23_236** accediendo a <https://servicios.unl.edu.ar/firmadigital/>

*Este documento ha sido firmado digitalmente conforme Ley 25.506, Decreto reglamentario Nro. 182/2019 y a la Ordenanza Nro. 2/2017 de esta Universidad.



Ficha de cátedra: LOS MERCADOS Y LOS PRECIOS DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS	Ficha de cátedra: LOS MERCADOS Y LOS PRECIOS DE María Isabel Castignani, Oscar, Osan, Mariela Maina is licensed under CC BY-NC-ND 4.0	Ficha de cátedra: LOS MERCADOS Y LOS PRECIOS DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS © 2013 by María Isabel Castignani, Oscar, Osan, Mariela Maina is licensed under CC BY-NC-ND 4.0		2013	https://drive.google.com/file/d/12RRHv5lioOtalC7t77bb8a_7wr_DxdQ4/view?usp=sharing
--	---	--	--	------	---

Bibliografía complementaria

Título	Autores	Editorial	Ejemplares disponibles	Año de edición	Si se encuentra disponible en línea indique la modalidad de acceso y el link.
Guía Metodológica Para El Análisis de Cadenas Productivas.	Ruralter, Damien van der Heyden, Patricia Camacho			2006	Google: https://www.rfilc.org/es/library/guia-metodologica-para-el-analisis-de-cadenas-productivas/
Marketing agroalimentario	Molinari C.A.J.	Buenos Aires, Thompson Learning.	1	2006	Google: https://www.academia.edu
El Plan de Márketing en la práctica.	Sainz de Vicuña Ancín, J. M.	ESIC, 12ª edición, Madrid	1	2008	



Valide la firma de este documento digital con el código **RDCD_FCA-1161532-23_236** accediendo a <https://servicios.unl.edu.ar/firmadigital/>

*Este documento ha sido firmado digitalmente conforme Ley 25.506, Decreto reglamentario Nro. 182/2019 y a la Ordenanza Nro. 2/2017 de esta Universidad.

d) Recursos humanos y materiales existentes.

Apellido y Nombre	Cargo			Dedicación		Responsable		Situación	
Oscar Osan	Prof.	Tit.	X	Exclusivo	X	Si	X	Por concurso	X
		Aso.		Semi		No		Interino	
		Adj.		Simple				Contratado	
	J.T.P.								
	Ayudante catedra								
	Ayudante alumno								
Apellido y Nombre	Cargo			Dedicación		Responsable		Situación	
Isabel Castignani	Prof.	Tit.	X	Exclusivo	X	Si		Por concurso	X
		Aso.		Semi		No	X	Interino	
		Adj.		Simple				Contratado	
	J.T.P.								
	Ayudante catedra								
	Ayudante alumno								
Apellido y Nombre	Cargo			Dedicación		Responsable		Situación	
Noelia Rossler	Prof.	Tit.		Exclusivo	X	Si		Por concurso	
		Aso.		Semi		No	X	Interino	
		Adj.	X	Simple				Contratado	X
	J.T.P.								
	Ayudante catedra								
	Ayudante alumno								
Apellido y Nombre	Cargo			Dedicación		Responsable		Situación	
Mariela Maina	Prof.	Tit.		Exclusivo	X	Si		Por concurso	X
		Aso.		Semi		No		Interino	
		Adj.		Simple				Contratado	
	J.T.P.		X						
	Ayudante catedra								





Apellido y Nombre	Cargo		Dedicación	Responsable	Situación		
Ma. De los Ángeles Lesman	Prof.	Tit.	Exclusivo	Si	Por concurso		
		Aso.	Semi	No	Interino		
		Adj.	Simple	X		Contratado	X
	J.T.P.						
	Ayudante catedra		X				
	Ayudante alumno						
Apellido y Nombre	Cargo		Dedicación	Responsable	Situación		
Mayco Mansilla	Prof.	Tit.	Exclusivo	Si	Por concurso		
		Aso.	Semi	No	Interino		
		Adj.	Simple	X		Contratado	X
	J.T.P.						
	Ayudante catedra		X				
	Ayudante alumno						



Valide la firma de este documento digital con el código **RDCD_FCA-1161532-23_236** accediendo a <https://servicios.unl.edu.ar/firmadigital/>

*Este documento ha sido firmado digitalmente conforme Ley 25.506, Decreto reglamentario Nro. 182/2019 y a la Ordenanza Nro. 2/2017 de esta Universidad.

e) Cronograma por semana y responsable de cada actividad.

Semana	Actividad	Temario (Tema / Unidad)	Responsable
1	Teórico- práctico	Unidad 1: Principios generales del marketing en la organización. TP 1: Mercados agroalimentarios	Equipo docente
2	Teórico- práctico	Unidad 2: Introducción a los sistemas agroalimentarios.	Equipo docente
3	Teórico- práctico	Unidad 2: TP 2: Cadenas agroalimentarias. TP 3: Costos de transacción	Equipo docente
4	Teórico- práctico	Unidad 3: Modelo de negocios agroalimentarios. TP 4: Análisis de modelo de negocios	Equipo docente
5	Teórico- práctico	Unidad 4: Gestión comercial en los negocios agroalimentarios. 4.1. Gestión comercial.	Equipo docente
6	Teórico- práctico	4.2. Gestión comercial en negocios de commodities. 4.2.1. Elementos para el análisis del entorno comercial. TP 5: Precios agropecuarios	Equipo docente
7	Teórico- práctico	4.2.1. Elementos para el análisis del entorno comercial. TP 6: Comercio Agroalimentario y Políticas comerciales	Equipo docente
		PRIMER PARCIAL 14 - 16 hs. (4-10)	Equipo docente
8	Teórico- práctico	4.2.2. Estrategias para la comercialización de commodities en Argentina.	Equipo docente
9	Teórico- práctico	TP 7: Mercados de Futuros y Opciones	Equipo docente
10	Teórico- práctico	4.3. Gestión comercial en negocios de especialidades. TP 8: Marketing Agroalimentario: Análisis de casos	Equipo docente
11	Teórico- práctico	TP 9: Marketing agroalimentario: Elaboración de modelos de negocios.	Equipo docente
		SEGUNDO PARCIAL 14 - 16 hs. (01-11)	Equipo docente
12	Taller	Seminario: TP 9: Elaboración de modelos de negocios. (Presentación de Trabajos de alumnos)	Equipo docente
13	Teórico- práctico	Clase de repaso para recuperatorio	Equipo docente
		RECUPERATORIO 14 a 16 hs (15-11)	Equipo docente
14	Taller	Seminario	Equipo docente



Valide la firma de este documento digital con el código RDCD_FCA-1161532-23_236 accediendo a <https://servicios.unl.edu.ar/firmadigital/>

*Este documento ha sido firmado digitalmente conforme Ley 25.506, Decreto reglamentario Nro. 182/2019 y a la Ordenanza Nro. 2/2017 de esta Universidad.



e.1. Carga horaria de la actividad curricular.

e.1.1. Carga horaria total de la actividad curricular según sus contenidos

Área temática / otra formación	Carga horaria	
	Presencial	No Presencial
Formación Básica		
Formación Aplicada		
Formación Profesional	56	
Formación Complementaria		
Otros contenidos		
Carga horaria total	56	

e.1.2. Carga horaria total de las actividades de formación práctica

Área temática / otra formación	Carga horaria	
	Presencial	No Presencial
Formación Básica		
Formación Aplicada		
Formación Profesional	28	
Formación Complementaria		
Otros contenidos		
Carga horaria total	28	

e.1.3. ámbitos donde se desarrollan las actividades de formación práctica

Los trabajos prácticos se desarrollan bajo la modalidad de talleres en el aula, lo cual proporciona un entorno propicio para el aprendizaje interactivo y colaborativo. Durante estas actividades, los estudiantes tienen acceso a diversas fuentes de información, incluyendo internet, revistas impresas y otros recursos relevantes. Esta variedad de fuentes permite a los alumnos profundizar en los temas abordados, investigar nuevas perspectivas y enriquecer su comprensión. Además, el uso de internet amplía el acceso a información actualizada y especializada, lo que les brinda la oportunidad de explorar diferentes enfoques y fortalecer su pensamiento crítico. Los trabajos prácticos en el aula fomentan el desarrollo de habilidades de investigación, análisis y síntesis, así como la capacidad de trabajar en equipo y presentar resultados de manera efectiva.



Valide la firma de este documento digital con el código **RDCD_FCA-1161532-23_236** accediendo a <https://servicios.unl.edu.ar/firmadigital/>

*Este documento ha sido firmado digitalmente conforme Ley 25.506, Decreto reglamentario Nro. 182/2019 y a la Ordenanza Nro. 2/2017 de esta Universidad.

e.1.4. carga horaria semanal total y de actividades de formación práctica

	Presencial	No presencial
Carga horaria semanal total	3	1
Carga horaria semanal destinada a la formación práctica	2	

f) Estrategias de enseñanza-aprendizaje a emplear.

Las clases se encuadran dentro del tipo teórico-prácticas, donde se desarrollan los conceptos centrales de la temática a abordar. A partir de allí se utilizan diversas estrategias de enseñanza como la búsqueda de información relevante, la resolución de ejercicios y problemas propuestos en la guía de trabajos prácticos, análisis de casos y seminarios permitiendo a los alumnos aplicar los conceptos teóricos a situaciones reales y desarrollar habilidades de análisis y toma de decisiones.

Estas estrategias que combinan la exposición teórica con la aplicación práctica de los conceptos desarrollados, el análisis crítico de información actualizada y el uso de recursos digitales, permiten a los estudiantes desarrollar habilidades clave y prepararse para enfrentar los desafíos del campo profesional. Además, se emplea el Aula Virtual de la materia, un recurso que complementa la enseñanza presencial mediante el uso del software Moodle. Este programa está diseñado para facilitar la labor de los profesores al permitirles cargar información relevante de la materia, recursos bibliográficos, guías de trabajo, entre otros.

g) Tipo y número de evaluaciones parciales exigidas durante el cursado

Evaluaciones parciales

Durante el transcurso del cursado, se llevarán a cabo dos evaluaciones parciales en las semanas 7 y 11 respectivamente. Estas evaluaciones requieren, para ser aprobadas alcanzar una calificación igual o superior al 60% del puntaje total asignado.

h) Exigencias para obtener la regularidad, promoción parcial o total, incluyendo criterios de calificación y porcentaje de aprobación.

h.1 Requisitos para regularizar:

Se encuentra en la condición **REGULAR** el alumno que cumple los siguientes requisitos:

- El 75 % de asistencia a las clases presenciales.



Valide la firma de este documento digital con el código **RDCD_FCA-1161532-23_236** accediendo a <https://servicios.unl.edu.ar/firmadigital/>

*Este documento ha sido firmado digitalmente conforme Ley 25.506, Decreto reglamentario Nro. 182/2019 y a la Ordenanza Nro. 2/2017 de esta Universidad.



- Nota de 6 o mayor en el primer parcial

h.2 Requisitos para promocionar:

La condición de **PROMOCIONADO** implica que la asignatura está aprobada al finalizar el cursado, para ello el alumno debe tener:

- El 75% de asistencia a las clases presenciales.
- Nota de 6 ponderada entre las siguientes instancias:

Instancia	Ponderación	Instrumento de evaluación	Observaciones
1. Primer Parcial	50%	Prueba escrita de ítem abierto	Con opción a recuperación si nota <6 o ausente
2. Segundo Parcial	50%	Prueba escrita de ítem abierto	Con opción a recuperación si nota <6 o ausente

Aclaración: Sólo se puede recuperar un parcial por lo tanto al momento del recuperatorio debe tener aprobado al menos uno de ambos parciales

i) Modalidad de los exámenes finales para alumnos regulares, libres y oyentes, incluyendo programa de examen si correspondiera

El examen final para los alumnos **regulares** consta de:

- Una instancia de evaluación en forma escrita, sobre un cuestionario que abarca los contenidos teóricos y aplicaciones prácticas de la asignatura. Su aprobación se da con el 60 % del total del puntaje acordado. Es escrita y abarca los contenidos teóricos y prácticos del programa.

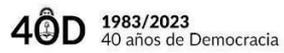
El examen final para los alumnos **libres** consta de:

- Una instancia de evaluación en forma escrita, sobre un cuestionario contempla la resolución de problemas abordados en los trabajos prácticos. Su aprobación (60 % del total del puntaje acordado) condiciona la prosecución del examen.



Valide la firma de este documento digital con el código **RDCD_FCA-1161532-23_236** accediendo a <https://servicios.unl.edu.ar/firmadigital/>

*Este documento ha sido firmado digitalmente conforme Ley 25.506, Decreto reglamentario Nro. 182/2019 y a la Ordenanza Nro. 2/2017 de esta Universidad.



- Una instancia de evaluación en forma escrita, sobre un cuestionario que abarca los contenidos teóricos y aplicaciones prácticas de la asignatura. Su aprobación es con el 60 % del total del puntaje acordado.



Valide la firma de este documento digital con el código **RDCD_FCA-1161532-23_236** accediendo a <https://servicios.unl.edu.ar/firmadigital/>

*Este documento ha sido firmado digitalmente conforme Ley 25.506, Decreto reglamentario Nro. 182/2019 y a la Ordenanza Nro. 2/2017 de esta Universidad.

Universidad Nacional del Litoral

Facultad de Ciencias Agrarias