

**ACADEMIA DE ADMINISTRACIÓN AGROPECUARIA Y FORESTAL**



**UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA**

CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS BIOLÓGICAS Y AGROPECUARIAS  
DEPARTAMENTO DE DESARROLLO RURAL SUSTENTABLE

**PROGRAMA DE ASIGNATURA**

<b>NOMBRE DE MATERIA</b>	MERCADOS Y COMERCIALIZACIÓN DE DPTOS. AGROPEC.	
<b>CÓDIGO DE MATERIA</b>	PS141	
<b>DEPARTAMENTO</b>	DESARROLLO RURAL SUSTENTABLE	
<b>CÓDIGO DE DEPARTAMENTO</b>	OP	
<b>CENTRO UNIVERSITARIO</b>	C.U.C.B.A.	
<b>CARGA HORARIA</b>	<b>TEORÍA</b>	21
	<b>PRÁCTICA</b>	63
	<b>TOTAL</b>	84
<b>CRÉDITOS</b>	7	
<b>TIPO DE CURSO</b>	CURSO	
<b>NIVEL DE FORMACIÓN PROFESIONAL</b>	LICENCIATURA	

## ACADEMIA DE ADMINISTRACIÓN AGROPECUARIA Y FORESTAL

### PARTICIPANTES

M.C. IGNACIO RIVERA RODRÍGUEZ

### PRERREQUISITOS

PS107,PS128,PS139,PS146

### OBJETIVO GENERAL

EL ANÁLISIS, COMPRENSIÓN Y CONOCIMIENTO DEL FUNCIONAMIENTO DE LOS MERCADOS DE LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS Y DE LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN DESDE LOS PRODUCTORES HASTA LOS CONSUMIDORES.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA DE LOS MERCADOS AGROPECUARIOS, LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS Y SUS CARACTERÍSTICAS

ANÁLISIS DE LA FORMACIÓN DE PRECIOS Y LAS UTILIDADES DEL PROCESO COMERCIAL

EL FUNCIONAMIENTO DE LOS MERCADOS EN GENERAL Y EN PARTICULAR DE LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS

APOYOS A LOS MERCADOS Y LA COMERCIALIZACIÓN AGROPECUARIA

## **ACADEMIA DE ADMINISTRACIÓN AGROPECUARIA Y FORESTAL**

### **CONTENIDO TEMÁTICO SINTÉTICO**

EL CONCEPTO ECONÓMICO DEL MERCADO

LA DEMANDA DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS Y LA OFERTA DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS

FORMACIÓN DE PRECIOS Y EQUILIBRIO DE MERCADO

MERCADOS EN EL TIEMPO, EN EL ESPACIO, EN LA FORMA

LOCALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN AGROPECUARIA

OPERADORES DEL MERCADO

ORGANISMO DE APOYO A LOS MERCADOS Y LA COMERCIALIZACIÓN AGROPECUARIA

## ACADEMIA DE ADMINISTRACIÓN AGROPECUARIA Y FORESTAL

### ESTRUCTURA CONCEPTUAL



## **ACADEMIA DE ADMINISTRACIÓN AGROPECUARIA Y FORESTAL**

**FORMAS DE ENSEÑAR (ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE).**

**SESIONES Y PARTICIPACIÓN EN CLASE**

**SESIONES – TALLERES DE INVESTIGACIÓN**

**REALIZACIÓN DE TAREAS**

**EXÁMENES**

**APLICACIÓN PROFESIONAL DE LA ASIGNATURA**

**LA APLICACIÓN DE HERRAMIENTAS DEL CONOCIMIENTO PARA ENTENDER LA REALIDAD**

**LA CAPACIDAD DE FORMULAR SÍNTESIS**

**DISCERNIR ALTERNATIVAS PARA LA TOMA DE DECISIONES Y EJECUCIÓN DE ACCIONES**

**EN SU CONJUNTO DESARROLLAR HABILIDADES DIRECTIVAS**

**CONOCIMIENTOS, ACTITUDES Y VALORES**

**EL ALUMNO SERÁ CAPAZ DE ANALIZAR, COMPRENDER Y APLICAR CONCEPTOS BÁSICOS TEÓRICO – PRÁCTICOS EN EL ÁMBITO DE LOS MERCADOS Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS.**

**DESARROLLARÁ HABILIDADES PARA ENTENDER E INVESTIGAR LA DINÁMICA DE LOS MERCADOS AGROPECUARIOS DESDE LOS PRODUCTORES HASTA LOS CONSUMIDORES PARA INFERRIR RAZONES Y FUNDAMENTOS DE ACCIÓN.**

## **ACADEMIA DE ADMINISTRACIÓN AGROPECUARIA Y FORESTAL**

### **BIBLIOGRAFÍA BÁSICA ACTUALIZADA**

1. CALDENTEY ALBERT P. Y GÓMEZ MUÑOZ, A.C.  
ECONOMIA DE LOS MERCADOS AGRARIOS  
EDICIONES MUNDI – PRENSA, ESPAÑA

### **BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA ACTUALIZADA**

1. ZORRILLA ARENA, SANTIAGO  
COMO APRENDER ECONOMÍA  
EDITORIAL LIMUSA, S.A.DE C.V., MEX  
1998

### **FORMAS DE EVALUAR**

PARTICIPACIÓN DE CLASE.....	20%
NOTAS DE CLASE.....	20%
TAREAS.....	20%
TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN.....	20%
EXAMENES.....	20%

**ACADEMIA DE ADMINISTRACIÓN AGROPECUARIA Y FORESTAL**

## **MANUAL DE PRACTICAS ( SI EL CURSO INCLUYE HORAS PRÁCTICA)**

## SE ANEXA

## **CRONOGRAMA DEL CURSO**

TEMA	SEMANA																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
INTRODUCCIÓN	1																
EL CONCEPTO MERCADO		2															
DEMANDA DE PDTOS. AGR.			3														
OFERTA DE PDTOS. AGROP.				4													
EXAMEN PARCIAL					5												
FORMAC. DE PRECIOS Y EQ.						6											
MERCADOS EN EL TIEMPO							7										
MERCADOS EN ESPACIO Y F								8									
LOCALIZ. DE PDCION AGRO.									9								
OPERADORES DEL MERC.										10							
ORG. DE APOYO A MERC.											11						
APLICACIÓN EXAMEN DPTAL.:												12					