

8011

**ASIGNATURA: Comercialización de Productos Agrarios.**

- 1.- El Sistema de comercialización agroalimentario.
- 2.- Los mercados en el sistema de comercialización.
- 3.- Marketing agroalimentario.
- 4.- La adopción de decisiones en marketing.
- 5.- Modelos económicos en marketing.
- 6.- Investigación comercial: planificación.
- 7.- Investigación comercial: datos primarios y secundarios.
- 8.- Estudio de mercado.
- 9.- Mercados actual y potencial: previsión de ventas.
- 10.- Segmentación del mercado.
- 11.- Planificación comercial.
- 12.- Política de producto: posicionamiento.
- 13.- Política de producto: calidad (I).
- 14.- Política de producto: calidad (II).
- 15.- Política de producto: nuevos productos.
- 16.- Política de distribución: canales y redes.
- 17.- Política de distribución: integración.
- 18.- Política de distribución: elección de canales.
- 19.- Política de distribución: distribución física (I).
- 20.- Política de distribución: distribución física (II).
- 21.- Política de distribución: decisiones globales.

- 22.- Política de promoción: publicidad.
- 23.- Política de promoción: fuerza de ventas.
- 24.- Política de promoción: otras técnicas.
- 25.- Política de precios: precios institucionales.
- 26.- Política de precios: costes y formación de precios.
- 27.- Política de precios: márgenes.
- 28.- Política de precios: operaciones de compraventa.
- 29.- Política de precios: riesgo económico (I).
- 30.- Política de precios: riesgo económico (II).
- 31.- Política de precios: fijación de precios (I).
- 32.- Política de precios: fijación de precios (II).
- 33.- Política de precios: modelos competitivos.
- 34.- Presupuesto comercial: determinación.
- 35.- Presupuesto comercial: asignación.
- 36.- Mezcla comercial: enfoque práctico.
- 37.- Mezcla comercial: enfoque lineal.
- 38.- Mezcla comercial: enfoque marginal.
- 39.- Mezcla comercial: otros enfoques.
- 40.- Plan comercial: elaboración y ejecución.
- 41.- Plan comercial: control.
- 42.- Marketing en el punto de venta: merchandising.
- 43.- Mezcla de merchandising.

BIBLIOGRAFIA

- CALDENTEY, P. 1984. Economía de los mercados agrarios. Ed. Universidad de Córdoba.
- CASARES, J. y OTROS 1987. La economía de la distribución comercial. Ed. Ariel.
- CHIROUZE, Y. 1985. Le marketing. Ed. Chotard.
- KOTLER, Ph. 1986. Dirección de mercadotecnia. Ed. Diana.
- KOTLER, Ph. 1973. Mercadotecnia aplicada. Ed. Interamericana.
- MONTGOMERY, D. y URBAN, G. 1977. Marketing científico. Ed. Pirámide.
- SAINT CRICQ, J. y BRUEL, O. 1975. Merchandising. Ed. Pirámide.

**ASIGNATURA: Divulgación Agraria.**

**PARTE I: ASPECTOS TEORICOS.**

- Lección 1.- El marco conceptual.
- Lección 2.- Teoría de la comunicación.
- Lección 3.- El proceso de divulgación.
- Lección 4.- Análisis de factores en divulgación agraria.
- Lección 5.- Investigación y divulgación.
- Lección 6.- Áreas de divulgación.

**PARTE II: METODOLOGIA.**

- Lección 7.- Los métodos de divulgación.
- Lección 8.- Métodos individuales.
- Lección 9.- La comunicación en los grupos.
- Lección 10.- Métodos de grupo.
- Lección 11.- Métodos de masa.

**PARTE III: PLANIFICACION Y EVALUACION**

- Lección 12.- Planificación de la divulgación.
- Lección 13.- Programas de divulgación (con especial referencia a la Comunidad Valenciana).
- Lección 14.- Programa de modernización de explotaciones.

Lección 15.- Programa de formación de jóvenes.

Lección 16.- Programa de cooperación.

Lección 17.- Evaluación de la divulgación.

#### PARTE IV: DIVULGACION PRACTICA

Lección 18.- Divulgación de tecnología.

Lección 19.- Divulgación de gestión de explotaciones.

Lección 20.- Divulgación de gestión comercial.

BIBLIOGRAFIA

Bibliografía básica.

- MAS, J. 1977. Manual de ayudas audiovisuales. SEA.
- MAS, J. 1978. Apuntes sobre comunicación en agricultura. SEA.
- SCHUFFER, A. 1982. Extensión y capacitación rurales. Ed. Trillas.

Bibliografía complementaria.

- JAMISON, D. y LAU, L. 1982. Farmer Education and Farm Efficiency. Banco Mundial.