

8012-8113

ASIGNATURA: Comercialización de Productos Agrícolas.

- Lección 1.- Comercialización agroalimentaria y marketing.
- Lección 2.- Información comercial: Fuentes Primarias.
- Lección 3.- Información comercial: Investigación de mercados.
- Lección 4.- Información comercial: Fuentes secundarias.
- Lección 5.- Información comercial: Previsión de ventas.
- Lección 6.- Segmentación: Criterios.
- Lección 7.- Segmentación: Análisis del perfil.
- Lección 8.- Segmentación: Elección de segmentos.
- Lección 9.- Planteamiento de la planificación comercial.
- Lección 10.- Estrategia sobre productos y marcas agroalimentarias.
- Lección 11.- Estrategia sobre nuevos productos agroalimentarios.
- Lección 12.- Estrategia sobre calidad y control.
- Lección 13.- Estrategia sobre distribución: Elección de canales.
- Lección 14.- Estrategia sobre distribución: Gestión del almacén.
- Lección 15.- Estrategia sobre distribución: Logística
- Lección 16.- Estrategia sobre precios.
- Lección 17.- Estrategia sobre comunicación.
- Lección 18.- Modelos de planificación comercial.
- Lección 19.- Merchandising.
- Lección 20.- Control de los resultados comerciales.

BIBLIOGRAFIA

Bibliografía básica.

- RIVERA, L. 1988. Marketing para las PYMES agrarias. SPUPV. 88/140.

Bibliografía complementaria.

- CHYROUZE, Y. 1985. Le Marketing I y II. Chotard.
- KOTLER, Ph. 1985. Dirección de mercadotecnia. Diana 4 Ed.
- KOTLER, ph. 1973. Mercadotecnia aplicada. Interamericana.
- LAMBIN, J. y PEETERS, R. 1981. La gestión de marketing de las empresas. ICE.