

8031-

ASIGNATURA: **Economía y Comercialización**

Parte I; Economía.

- Tema 1 .- Conceptos fundamentales de economía.
- Tema 2 .- Comportamiento del consumidor.
- Tema 3 .- El equilibrio del consumidor.
- Tema 4 .- La función de demanda.
- Tema 5 .- Efectos sustitución y renta.
- Tema 6 .- La producción. Función de producción.
- Tema 7 .- La función de rendimiento.
- Tema 8 .- La producción conjunta.
- Tema 9 .- Los costes a corto plazo.
- Tema 10 .- Los costes a largo plazo.
- Tema 11 .- La competencia perfecta.
- Tema 12 .- El monopolio.
- Tema 13 .- Otras formas de competencia imperfecta.

Parte II; Comercialización.

- 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 su 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 bàsica

- LIPSEY, R. 1986. Introducción a la economía positiva. Ed. Vicens-Vives. Barcelona.
- RIVERA, L. 1988. Marketing para las PYMES agrarias. SPUPV. 88/140.

Bibliografía complementaria.

- CHYROUZE, Y. 1985. Le Marketing I y II. Chotard.
- HENDERSON, J. y QUANDT, R. 1985. Teoría Microeconómica. Ed. Ariel. Barcelona.
- KOTLER, Ph. 1973. Mercadotècnia aplicada. Interamericana.
- KOTLER, Ph. 1985. Dirección de mercadotècnia. Diana 4 Ed.
- LAMBIN, J. y PEETERS, R. 1981. La gestión de marketing de las empresas. ICE.
- WALSH, V. 1974. Introducción a la microeconomía contemporánea. Ed. Vicens-Vives. Barcelona.