



Universidad Autónoma Agraria “Antonio Narro”

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN AGROPECUARIA PROGRAMA ANALÍTICO

Fecha de elaboración: Junio de 2004
Fecha de actualización: Septiembre de 2004
Fecha de Actualización: Febrero de 2017

DATOS DE IDENTIFICACIÓN:

Nombre de la materia: Agronegocios
Clave: ADM-460
Departamento que la imparte: Administración Agropecuaria
Número de horas de teoría: 3 (tres)
Número de horas de práctica: 2 (dos)
Número de créditos: 8 (ocho)
Carreras a las que se imparte: Ing. Agrónomo Parasitólogo, Ing. Agrónomo en Irrigación, Ing. Agrónomo en Producción.
Requisitos: Administración

META:

Contribuir a la formación técnica y humanística del alumno estimulando potenciales de análisis, creatividad y deducción.

OBJETIVO GENERAL:

Mostrar una visión global e integrada de los factores que inciden en las empresas que participan en el sistema alimentario mexicano y extranjero, estimulando las habilidades requeridas para la toma de decisiones oportunas y acertadas en los agronegocios.

Esta materia permite al alumno integrar y relacionar conocimientos técnicos adquiridos en otros cursos, con los administrativos y de mercado, tanto para el nacional como para el extranjero.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

1. Identificar y diferenciar las fases, proceso y herramientas aplicables en el proceso administrativo.
2. Identificar y analizar los entornos externos (amenazas y oportunidades) e interno (fortalezas y debilidades) que afectan a los agronegocios.
3. Diseñar un plan preliminar de mercadotecnia para algún agronegocio, incluyendo la parte internacional.
4. Diseñar un proyecto básico de inversión en el sector agropecuario.
5. Aplicar la ética a su vida diaria y a los agronegocios.

TEMARIO

1. INTRODUCCIÓN A LOS AGRONEGOCIOS

- 1.1. ¿Qué son?
- 1.2. Tipos de agronegocios en México
- 1.3. Factores externos que afectan a los agronegocios (oportunidades y amenazas): Economía, Política, Tecnología, Competencia, Medio ambiente, Mano de obra, Mercado, Normatividad, Cultura.
- 1.4. Factores internos que afectan a los agronegocios (fortalezas y debilidades): Gerencia, Mercadotecnia, Producción, Finanzas.

2. ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE LOS AGRONEGOCIO

- 2.1. Proceso administrativo: fases y herramientas.
- 2.2. Modelo General de administración estratégica: fases, procesos y herramientas.

3. OPORTUNIDADES Y RIESGOS PARA LOS AGRONEGOCIOS

- 3.1. Para el mercado nacional (bienes y servicios)
- 3.2. Para el mercado internacional (bienes y servicios)
- 3.3. Toma de decisiones en condiciones de certidumbre, incertidumbre y riesgo.

4. APLICACIÓN DE LA MERCADOTECNIA A LOS AGRONEGOCIOS

- 4.1. Investigación de mercados
- 4.2. Clasificación de los mercados
- 4.3. Mezcla de mercadotecnia
- 4.4. Plan de mercadotecnia internacional
- 4.5. Acuerdos comerciales

5. FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DEL PROYECTO DE INVERSIÓN

- 5.1. Proceso y herramientas para la formulación del proyecto
- 5.2. Proceso y herramientas para la evolución del proyecto

6. EFECTIVIDAD GERENCIAL EN LOS AGRONEGOCIOS

7. LA ÉTICA EN LOS AGRONEGOCIOS

PROCEDIMIENTOS DE ENSEÑANSA Y APRENDIZAJE

Se sugieren los siguientes procedimientos didácticos:

- Presentación oral
- Descubrimiento
- Solución de casos
- Investigación
- Instrucción dirigida
- Experiencia estructurada o proyecto

EVALUACIÓN:

Exámenes parciales.....	40%
Laboratorios.....	20%
Proyecto.....	40%

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Aguilar, A. Et. al 1997. Tratado para administrar agronegocios, 5ª Edición. Editorial UTEHA, México. 576 p.

Baca, U. G. 1990. Evaluación de proyectos, análisis y administración del riesgo. 2ª Edición. Editorial Mac Graw Hill, México. 251 p.

Bancomext. 2000. Guía de exportación sectorial: Alimentos en fresco. México. 319 p.

Cabral. La ética en los agronegocios.

Guerra, E.G. y Aguilar, A. 1994. Manual práctico para la administración de agronegocios. Primera Edición. Editorial UTEHA. México.

Hill, C.W. y Jones, G. 1995. Administración estratégica, un enfoque integrado. Tercera Edición. Editorial Mac Graw Hill. México.

Stanton, W. fundamentos de mercadotecnia. 1989. Cuarta Edición en español. Editorial Mac Graw Hill. México. 390 p.

Selaneave, J.P. 1994. La gerencia integral. Primera Edición. Grupo Editorial Norma. México.

Fischer, Laura y Espejo, Jorge. (2003) Mercadotecnia. (3ª edición) México.: Mc Graw Hill.

Hiebing, Roman G. Jr, Cooper, Scott W. (2003) Como preparar el exitoso plan de mercadotecnia. México: Mc Graw Hill.

Kotler, Philip, Armstrong, Gary. (2007). Marketing versión para Latinoamérica. (14ª edición) México: Pearson.

Stanton, William J., Etzel, Michael J., Walker, Bruce J. (2007). Fundamentos de Marketing (14ª edición) México, D.F.: Mc Graw Hill.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

Cualquier otra obra que trate sobre Administración, Mercadotecnia, Formulación y Evaluación de Proyectos, Planeación estratégica.

Revistas:

- Mundo ejecutivo
- Gestión
- Claridades agropecuarias
- Especializadas en granos, frutas, hortalizas, ganado, etc.

Páginas web:

www.infoagro.com

www.agromundo.com

www.agroenlinea.com

www.presidencia.gob.mx

PROGRAMA ELABORADO POR:

M.A.E. DULCE ELIZABETH DÁVILA FLORES

PROGRAMA APROBADO POR LA ACADEMIA DEPARTAMENTAL.