

<b>1. Identificación del Proyecto Formativo</b>	
<b>Institución:</b> UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE GUERRERO	<b>Programa:</b> MAESTRÍA EN CIENCIAS AGROPECUARIAS Y GESTIÓN LOCAL.
<b>Módulo:</b> MERCADOTECNIA AGROPECUARIO	<b>Versión:</b> 1
<b>Problema del contexto:</b>	
<p>En la actualidad existe una competencia significativa en cuestión de marcas y productos agropecuarios, encontramos productos de diferentes características e innovadores que resulta atractivos para los diferentes mercados, en este sentido son preferidos por parte de los consumidores ello debido a que a través de la mercadotecnia desarrollan y aplican estrategias que hacen que dichos productos lleguen al consumidor.</p> <p>Esta situación afecta de manera significativa a los pequeños productores locales, quienes al no contar con los conocimientos en materia de mercadeo presentan problemas para el diseño, elaboración y comercialización de sus productos agropecuarios, ello al desconocer las necesidades, gustos deseos y preferencia de los diferentes segmentos de mercado.</p> <p>El desconocimiento de estrategias de mercadotecnia por parte de los productores locales hace que sus posibilidades de producción y comercialización sea un problema que enfrentan de manera consecutiva generando un poca o baja participación en el mercado,</p> <p>Es por ello, que el nivel de competitividad de los pequeños productores con las granes marcas es disparejo, sin embargo, a través de la mercadotecnia se puede generar ventajas competitivas para los productores locales al desarrollar productos innovadores con valor agregado, al identificar oportunidades de mercados y gestionar nuevos mercados, para con ello posicionarse en los nichos de mercados idóneos.</p> <p>¿Es posible que la Maestría pueda contribuir al diseño de productos innovadores con valor agregado y al establecimiento de estrategias de mercadotecnia para su comercialización?</p> <p>¿La mercadotecnia es una herramienta de gestión para que los productores locales mejoren su nivel de competitividad?</p>	
<b>Competencias a formar</b>	
<p><b>Indicación de la competencia de énfasis:</b></p> <p>Conoce la relación que existe entre la mercadotecnia y el sector agropecuario para poder comprender las diferentes problemáticas a los que se enfrentan los productores locales y con ello incidir en el desarrollo local.</p> <p>Identifica las necesidades, deseos y preferencias de los diferentes nichos y segmentos de mercado, así como las tendencias de consumo en torno a los productos agropecuarios.</p> <p>Realiza estudios para identificar el mercado idóneo para la comercialización de los productos agropecuarios.</p> <p>Diseña productos agropecuarios innovadores y con valor agregado para nichos y segmentos de mercado específicos.</p> <p>Elabora y ejecuta Planes de Mercadotecnia que permitan la comercialización de los productos agropecuarios.</p>	<p><b>Indicación de las competencias genéricas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conoce e identifica problemáticas de mercadotecnia en torno a productos locales.</li> <li>• Identifica oportunidades de negocios a partir de las características de consumidor y el mercado.</li> <li>• Aplica modelos y estrategias de mercadotecnia para la comercialización de productos agropecuarios.</li> </ul>

Código o clave:	Créditos:	Horas de aprendizaje con docente: 32	Horas de aprendizaje autónomo del estudiante: 64
<b>Proyecto general a desarrollar: Plan de Mercadotecnia que permita la comercialización de productos agropecuarios.</b>			
<b>Competencias previas:</b>			
1. Posee conocimientos de sobre Administración básica			
2. Conoce temas relacionados a la economía			
3. Identifica las problemáticas en torno a la comercialización de productos agropecuarios			
4. Reconoce la importancia de diseñar estrategias de mercadotecnia			
<b>Competencias docentes específicas</b>			
1. Domina los conocimientos relacionados a la mercadotecnia en general y su aplicación al sector agropecuario.		<b>Modo de acreditación:</b> Presentación de un Plan de Mercadotecnia de un producto agropecuario.	
2. Planifica los procesos de enseñanza y de aprendizaje atendiendo al enfoque por competencias, para lograr que el estudiante comprenda la importancia de la mercadotecnia como una herramienta para la comercialización de productos agropecuarios.			
3. Utiliza procesos de enseñanza y aprendizaje de manera efectiva, creativa e innovadora que generen ambientes que faciliten el aprendizaje autónomo y colaborativo.			
<b>Gestión de la calidad del proyecto</b>			
Autor (es): Dr. Elías Hernández Castro		Fecha:	
Revisor (es): Dr. Alberto Aguilar Álvarez		Fecha:	
Contribuciones: Colegiado Interdisciplinario		Fecha:	
Periodicidad de la revisión: Por generación			
Reuniones de trabajo:		Fechas:	

SABERES NECESARIOS PARA EL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS ESPECÍFICAS		
CONCEPTUALES	PROCEDIMENTALES	ACTITUDINALES
1. Conceptos básicos de la mercadotecnia enfoque de sistemas. 1.1 El marketing agropecuario. 1.2 El marketing agropecuario y su impacto en lo local.	- Revisión de bibliografía especializada en torno a la mercadotecnia agropecuaria.	Actitud ética. Apertura al diálogo interdisciplinario. Respeto a la diversidad biológica y cultural.
2. El Comportamiento del Consumidor Agropecuario. 2.1 Gustos, necesidades y preferencias. 2.2 Tendencias de consumo de productos agropecuarios.	- Realización e identificación de información y estudios sobre los diferentes nichos y segmentos de mercado sobre el consumo de productos agropecuarios.	
3. La investigación y gestión de mercados y agropecuarios. 3.1 Tipos de segmentación.	- Aplicación de instrumentos de recolección de datos y búsqueda de información	

<p>3.2 Gestión de mercados agropecuarios.</p> <p>4. Diseño y elaboración de productos. agropecuarios.</p> <p>4.1 La innovación en productos agropecuarios.</p> <p>4.2 Diseño e imagen del producto agropecuario.</p> <p>5. Elaboración de Plan de Mercadotecnia.</p> <p>5.1 Modelos de mercadotecnia.</p> <p>5.2 Estrategias de mercadotecnia.</p>	<p>para determinar y gestionar mercados agropecuarios.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinación de productos agropecuarios mediante sondeos, prototipos y evaluación de preferencias.</li> <li>- Aplicación de modelos y estrategias de mercadotecnia para la comercialización del producto agropecuario.</li> </ul>	
--	--	--

3 Fases y actividades del Proyecto Formativo					4. Evaluación (se debe anexar las matrices de evaluación)		Principales recursos
Fases	Principales actividades de aprendizaje con el docente (AD)	Tiempo aproximado	Principales actividades de aprendizaje autónomo de los estudiantes (AA)	Tiempo aproximado	Criterios (Cuando hay varias competencias de énfasis, éstas son identificadas en cada fase)	Evidencias de las competencias en cada fase	
<b>I. FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA Y SU APLICACIÓN EN EL SECTOR AGROPECUARIO</b>	Conocimiento de los términos y conceptos de en torno a la mercadotecnia y la mercadotecnia agropecuaria.	8	Elaboración de ensayos y escritos sobre temas y conceptos de mercadotecnia en el sector agropecuario	???	Identificación conocimiento y dominio de conceptos y términos mercadológicos en torno al sector agropecuario.	Dominio de los términos y conceptos mercadológico.	Internet Cañón Pizarrón Material bibliográfico
<b>II. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y TENDENCIAS DE CONSUMO</b>	Identificación de las necesidades, preferencias y tendencias de consumo de productos agropecuarios.	8	Análisis de información y de estudios sobre el comportamiento del consumidor actual.  Reportes cualitativos y cuantitativos sobre necesidades y preferencias de productos agropecuarios.	???	Conocimiento de las características de los actuales consumidores en materia de productos agropecuarios	Conocimientos sobre los diferentes tipos de consumidores.	Internet Cañón Material bibliográfico

<b>III. INVESTIGACIÓN Y GESTIÓN DE MERCADOS</b>	Identificación de las características de los mercados y la manera de gestionar nuevos mercados.	8	Realización de estudios cualitativos y cuantitativos sobre el mercado agropecuario.	???	Conocimiento de los diferentes mercados de tipo local, regional, nacional e internacional y las maneras de gestionar nuevos mercados.	Tipificación de los diferentes segmentos y nichos de mercados	Internet Cañón Material bibliográfico
<b>IV. INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTO</b>	Conocimiento de los elementos para el diseño de productos innovadores y de valor agregado	8	Generación de ideas, conceptualización del producto y generación del prototipo.	???	Diseño productos agropecuarios de acuerdo a las necesidades del mercado	Propuesta de producto innovador y de valor agregado	Internet Cañón Material bibliográfico
<b>V. MODELOS Y ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA PARA NEGOCIOS AGROPECUARIOS</b>	Conocimiento de los modelos y estrategias de mercadotecnia en el sector agropecuario	8	Diseño de un Plan de Marketing Agropecuario para comercialización de productos	???	Aplicación de modelos y estrategias mercadológica s para productos agropecuarios	Dominio de los modelos y estrategias de mercadotecnia	Internet Cañón Material bibliográfico
<p>Arias, Francisco. (2015). Agromarketing: una mirada al mercadeo en el sector agropecuario. Editorial Lasallista ISBN: 978-958-8406-34-3</p> <p>Susano, José L. (2020). Modelos y estrategias de mercadotecnia (2020). ISBN: 978-607-8733-21-7. Editorial La Biblioteca.</p> <p>Mercadeo Agropecuario (2017). Fundación Sumaya. Disponible en: <a href="https://www.suyana.ch/wp-content/uploads/2017/08/Suyana_MaterialDidactico_ManualMercadeoSuperior.pdf">https://www.suyana.ch/wp-content/uploads/2017/08/Suyana_MaterialDidactico_ManualMercadeoSuperior.pdf</a></p> <p>Mercadeo de productos agropecuarios. Guía para priorización y diagnóstico. Disponible en: <a href="http://bibliotecadigital.agronet.gov.co/handle/11438/8633">http://bibliotecadigital.agronet.gov.co/handle/11438/8633</a></p> <p>Molinari, Carlos. (2006). Marketing Agropecuario, Editorial Thomson Learning. ISBN 987-22665-1-4. Disponible en: file:///C:/Users/joses/Downloads/MK_Agropecuario_pdf.pdf</p> <p>Revista Agroproductividad. Disponible en: <a href="http://revista-agroproductividad.org/index.php/agroproductividad">http://revista-agroproductividad.org/index.php/agroproductividad</a></p> <p>Revista Mexicana de Agronegocios. Disponible en: <a href="https://www.redalyc.org/revista.oa?id=141&amp;numero=65939">https://www.redalyc.org/revista.oa?id=141&amp;numero=65939</a></p>							