



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA**

Clave: 08MSU0017H



**FACULTAD DE ZOOTECNIA**

Clave: 08USU0637Y

**PROGRAMA DEL CURSO:**  
MERCADEO DE PRODUCTOS PECUARIOS

|                                   |                                     |
|-----------------------------------|-------------------------------------|
| <b>DES:</b>                       | Todas                               |
| <b>Programa(s) Educativo(s):</b>  | Todos                               |
| <b>Tipo de materia:</b>           | Básica – obligatoria                |
| <b>Clave de la materia:</b>       | 633                                 |
| <b>Semestre:</b>                  | 6                                   |
| <b>Área en plan de estudios:</b>  | Formación básica.                   |
| <b>Créditos</b>                   | 5                                   |
| <b>Total de horas por semana:</b> |                                     |
|                                   | <i>Teoría:</i>                      |
|                                   | <i>Práctica</i> 3                   |
|                                   | <i>Taller:</i>                      |
|                                   | <i>Laboratorio:</i>                 |
|                                   | <i>Prácticas complementarias:</i> 2 |
|                                   | <i>Trabajo extra clase:</i>         |
| <b>Total de horas semestre:</b>   | 80                                  |
| <b>Fecha de actualización:</b>    | 2008                                |
| <b>Clave y Materia requisito:</b> | Ninguna.                            |

**Propósitos del Curso:**

- Manejar la información generada en los mercados estatales, nacionales e internacionales para la toma de decisiones.
- Entender las variables que inciden para la comercialización de productos pecuarios.
- Realizar análisis de mercado de los principales productos pecuarios de la entidad

| <b>COMPETENCIAS</b><br>(Tipo y Nombre de las Competencias que nutren a la materia y a las que contribuye) | <b>CONTENIDOS</b><br>(Unidades, Temas y Subtemas)                                                                                                                                                                                                                                        | <b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b><br>(Por Unidad)                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Competencia Específica:</b><br>Comercialización de productos pecuarios                                 | <p>Antecedentes históricos del mercadeo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Historia del mercadeo</li> <li>• Sistemas de Mercado</li> </ul> <p>Precios</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Variables que afectan los precios de los productos agropecuarios</li> </ul> | <p>Conoce la historia y la estructura del mercado de los productos pecuarios en México para entender los cambios en precio disponibilidad y alternativas de distribución</p> <p>- Identifica las principales variables que afectan los precios de los productos pecuarios para recomendar su comercialización</p> |

|  |                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigación de Mercados</li> <li>• Tendencias del consumidor</li> <li>• Cuestionario</li> <li>• Muestreo</li> <li>• Análisis</li> </ul> | <p>- Acceso a Internet para búsqueda de información útil en la comercialización</p> <p>Identifica los cambios en la tendencia del consumidor de alimentos para hacer énfasis en la producción de nuevos satisfactores</p> <p>Distingue distintas fuentes de información.</p> <p>Preparara un estudio de mercado para cualquier institución o empresa pecuaria</p> |
|  | <p>Mercadeo Internacional de productos pecuarios.</p> <p>Variables internacionales que inciden en la comercialización agropecuaria</p>                                             | <p>Identifica los factores nacionales e internacionales que influyen en el mercadeo de los productos pecuarios en el Estado y el país para explicar las razones de los cambios en precios.</p>                                                                                                                                                                    |

| UNIDAD TEMÁTICA                                                           | METODOLOGÍA<br>(estrategias, secuencias recursos didácticos)                                                                                                                                                                                                                                                                                                | TIEMPO ESTIMADO |
|---------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| Antecedentes históricos del mercadeo                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planteamiento de problemas prácticos de comercialización</li> <li>• Comparaciones</li> </ul> <p>Aprendizaje colaborativo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnicas de exposición (alumno-maestro).</li> <li>• Caso de estudio.</li> <li>• Investigaciones.</li> <li>• Ejercicios prácticos</li> </ul> | 2 Semanas       |
| Precios                                                                   | Revisión del marco teórico económico de la oferta y demanda<br>Ejemplos de cambios en los precios de los productos pecuarios                                                                                                                                                                                                                                | 3 Semanas       |
| Investigación de Mercados                                                 | Desarrollo de un cuestionario<br>Determinación del tamaño de muestra<br>Análisis de la información en SPSS                                                                                                                                                                                                                                                  | 3 Semanas       |
| Variables internacionales que inciden en la comercialización agropecuaria | Acceso a bases de datos nacionales e internacionales.<br><br>Caso de estudios de algún producto pecuario                                                                                                                                                                                                                                                    | 5 Semanas       |

| UNIDAD TEMÁTICA                      | EVIDENCIAS DE DESEMPEÑO                                                                                                                                                                      | CRITERIOS DE DESEMPEÑO                                                                                                                    |
|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Antecedentes históricos del mercadeo | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reportes de trabajo.</li> <li>2. Participación en clase.</li> <li>3. Micro Investigación.</li> </ol> <p>Evidencias (Actividades integradoras):</p> | <p>Presentación de un trabajo parcial sobre la historia de la comercialización</p> <p>Presentación por escrito del análisis realizado</p> |

| UNIDAD TEMÁTICA                                                           | EVIDENCIAS DE DESEMPEÑO                                                                                                                      | CRITERIOS DE DESEMPEÑO                                         |
|---------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| Precios                                                                   | 1. Presentación del análisis de una cadena de valor.                                                                                         | PRESENTACIÓN DEL CAMBIO DE PRECIOS DE LA SUBASTA.              |
| Investigación de Mercados                                                 | Análisis De Los Precios De La Subasta De La UGRCH La Subasta.<br>Diseña, Ejecuta, Colecta Y Analiza La Información Del Cuestionario Diseñado | Presentación de Resultados de la investigación de mercados     |
| Variables internacionales que inciden en la comercialización agropecuaria | Analiza el impacto de las variables internacionales en la comercialización de productos pecuarios                                            | Presentación caso de estudios practico de un producto pecuario |

| FUENTES DE INFORMACIÓN<br>(Bibliografía/Lecturas por unidad)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES<br>(Criterios e instrumentos)                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>**Aaker, D. 1989. Investigación de mercados TrGomez, M.J., # ed. McGraw-Hill</p> <p>**Cravens D. and Woodruf R.B. 1991 Mercadotecnia en acción.tr. Gonzalez A.C. Addison wesley Iberoamericana.E.U.A</p> <p>**Engel J: F: 1973 Consumer Behaviour 2 ed. Rineheart and Winston press U:S:A</p> <p>**Haag y Soto1982. El mercadeo de los productos agropecuarios. Limusa Mexico</p> <p>Kempester A.J. 1982 Carcass Evaluation 1<sup>st</sup>. Ed. Granada. Great Britain</p> <p>Mendoza, G. Compendio del mercadeo de productos agropecuarios 2da. Impresión, IICA. Costa Rica</p> <p>Secretaria de Agricultura y desarrollo Rural 1998. Situación Actual y Perspectiva de la producción de carne de bovino en México</p> | Se aplican tres exámenes los cuales cuantifican el 80% de la calificación y el resto son trabajos que presentan los estudiantes en sus practica incluyendo tres reportes de las practicas correspondientes cuantificando por el 20% restante. Estas ultimas es requisito aprobarlas para poder aprobar el semestre. |

### Cronograma del Avance Programático

#### S e m a n a s

| Unidades de aprendizaje                        | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 |
|------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|
| Antecedentes históricos del mercadeo           | X | X |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |
| Precios                                        |   |   | X | X | X |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |
| Investigación de Mercados                      |   |   |   |   |   | X | X | X |   |    |    |    |    |    |    |    |
| Tendencias del consumidor                      |   |   |   |   |   |   |   |   | X | X  | X  |    |    |    |    |    |
| Mercadeo Internacional de productos pecuarios. |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    | X  | X  | X  | X  | X  |