



POSTGRADO	CAMPUS
INNOVACIÓN AGROALIMENTARIA SUSTENTABLE <i>MAESTRIA EN CIENCIAS</i>	CÓRDOBA

CLAVE DEL CURSO	NOMBRE DEL CURSO	TIPO DE CURSO	NÚMERO DE CRÉDITOS	CUATRIMESTRE
IAS 620	COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS	TEÓRICO	3	OTOÑO

PROFESOR TITULAR	CLAVE ACADÉMICA	PROFESOR COLABORADOR	CLAVE ACADÉMICA
DRA. ROSELIA SERVIN JUÁREZ	X03704		

OBJETIVO GENERAL

Presentar al estudiante los elementos que le permitan comprender los factores que intervienen en la comercialización de productos agropecuarios.

CONTENIDO GENERAL DEL CURSO

Introducción

Primera parte. Importancia, características y conceptos básicos aplicados a la comercialización de Productos agrícolas

1. La comercialización
2. Características de los productos agropecuarios y demanda de servicios de comercialización
3. Análisis por funciones de la comercialización
4. Análisis institucional del mercadeo
5. El enfoque de sistemas
6. Márgenes de comercialización