

OBJETIVO GENERAL DEL CURSO

El alumno que participe en éste curso será capaz de analizar el entorno de los agronegocios, como se crean, operan y compiten, así como sus perspectivas y oportunidades.

HORAS ESTIMADAS	TEMAS Y SUBTEMAS	OBJETIVOS DE LOS TEMAS
3 Hrs.	I. El entorno de los agronegocios y el sistema agroalimentario <ol style="list-style-type: none"> 1. Concepto de agronegocios y sus particularidades 2. De la economía agrícola a la economía agroalimentaria 3. El entorno socioeconómico y comercial del sistema agroalimentario. 4. El sistema agroalimentario y su evaluación 5. Escenario agroalimentario de México en cifras 6. La tecnología y las ciencias de la vida 7. Políticas agropecuarias en México y otros Países, algunas diferencias 8. Nuevas fuerzas en la economía actual 9. Los pecados capitales en el sector agroalimentario 	Revisar las bases conceptuales de agronegocios y el sistema agroalimentario, así como del entorno socioeconómico y comercial.
3 Hrs.	II. El mercado agroalimentario y el consumidor <ol style="list-style-type: none"> 1. Tendencias y macrotendencias en el mercado y el consumo 2. Evolución del comportamiento del consumidor 3. La cultura y las tradiciones alrededor del consumo 4. <i>Megadrivers</i> de los nuevos productos alimenticios 5. Sistema de distribución y redes de abasto agroalimentario 6. Escenario del mercado agroalimentario en el siglo XXI 7. Nuevos mercados del siglo XXI 8. Agregación de valor en la agroindustria 9. Estrategias de valorización de productos agropecuarios 10. Tendencias de negocios con futuro 11. Retos y oportunidades en el sector agroalimentario 12. Recomendaciones para los agronegocios en México 	Analizar el entorno del mercado agroalimentario, sus tendencias y perspectivas.
3 Hrs.	III. La empresa y los agronegocios <ol style="list-style-type: none"> 1. Ambiente de negocios 2. Cultura empresarial en México 3. La profesionalización del sector agropecuario 4. Estructura empresarial en México 5. La empresa asociada 	Examinar el ambiente de negocios en México y el mundo, relacionado con los agronegocios y sus estrategias de competitividad.

	6. Estrategias de competitividad para las empresas de diferente dimensión.	
6 Hrs.	IV. La administración de la empresa <ol style="list-style-type: none"> 1. Creación de la empresa 2. La organización en la empresa, sus funciones y su medio ambiente 3. La administración de la empresa y sus procesos 4. La administración orientada a resultados 5. La administración integral del factor humano 6. Como dirigir una empresa 7. Inteligencia competitiva, económica y empresarial 8. Proceso de creación de una empresa en México 	Revisar las bases que sustentan la administración y dirección de la empresa, sus funciones y su relación con el medio ambiente.
6 Hrs.	V. Planeación estratégica, plan de negocios y desarrollo e innovación de modelos de negocios. <ol style="list-style-type: none"> 1. La idea del negocio 2. Plan estratégico en la empresa 3. Análisis de fuerzas internas y externas 4. Ciclo de vida del producto 5. Estrategia competitiva 6. Definición del área estratégica de negocio 7. El plan de negocios y su evaluación 8. Desarrollo del modelo de negocios (Business Model Canvas), Propuesta de Valor (Value Proposition Canvas) y el Mapa de empatía. 9. Diferentes modelos de negocios 10. Innovación en los modelos de negocio 11. Criterios en la toma de decisiones en la inversión más allá de los números 	Aprender las bases de la planeación estratégica y el plan de negocios, así como el desarrollo e innovación de un modelo de negocios y propuesta de valor.
6 Hrs.	VI. Evaluación de la Estrategia competitiva de la empresa <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Aprocci</i> estratégicos 2. Bases de competitividad 3. La Formula Empresarial y sus elementos 4. La FE sobreordenada 5. Evaluación de la Formula Empresarial 6. La FE exitosa 7. Factores de ventaja competitiva sustentable 	Aprender las bases de la evaluación de la estrategia competitiva y la FE en la empresa.
3 Hrs.	VII. El emprendedurismo y su proceso <ol style="list-style-type: none"> 1. Perfil del emprendedor 2. La visión del empresario 3. El proceso de emprender al interno y al externo de la empresa 4. Perfil del empresario 5. Los socios y la autonomía 6. Tipos de empresarios y sus negocios 7. El rol del empresario en el siglo XXI 	Conocer las bases del emprendedurismo y la empresariedad, los tipos de empresarios y el rol del empresario en el siglo XXI.

6 Hrs.	VIII. El marketing agroalimentario <ol style="list-style-type: none"> 1. Las tendencias y funciones del marketing. 2. El estado del arte del marketing 3. Las neurociencias aplicadas a los negocios (neuromarketing, neuroeconomía, neuroliderazgo, neuroventas, neuromanagement). 4. Que dice la economía comportamental 5. Marketing para la grande y pequeña empresa 6. Desarrollo y evaluación del plan de marketing 7. El valor de la marca, su creación y su administración 8. El desarrollo de marcas colectivas y Denominaciones de Origen 9. Otras marcas en el sector agropecuario 10. Ingeniería de valor en los agronegocios 11. Las grandes marcas en México, Europa y otros continentes 	Examinar los fundamentos de la aplicación del marketing y el neuromarketing en los agronegocios y el estado del arte. Así como el desarrollo de un plan de marketing y la creación de marcas.
6 Hrs.	IX. Estrategias de competitividad en la cadena productiva. <ol style="list-style-type: none"> 1. Las bases de la ventaja competitiva y la cadena de valor 2. Cambio de paradigma en el mercado agropecuario 3. Las cadenas productivas, su caracterización, integración y competitividad, retos y perspectivas 4. Diagnóstico de cadenas productivas e identificación de oportunidades de negocio 5. Las cadenas globales de producción 6. Las cadenas productivas en México y en el mundo 	Analizar las estrategias de competitividad de las cadenas productivas y sus métodos de integración y diagnóstico.
6 Hrs.	X. Modelos de Negocio con base en esquemas de integración productiva. <ol style="list-style-type: none"> 1. Conceptualización de los esquemas de integración productiva 2. Como surgen, como operan, como compiten 3. Estrategias de competitividad 4. Retos y perspectivas en el mercado global 5. Cuáles son las Bases y los factores de competitividad 6. Las bases de su competitividad y sus retos. 7. La experiencia en diferentes continentes 8. 	Aprender las bases de los modelos de negocio con base en integración productiva, sus retos y perspectivas en el mercado nacional y global, así como revisar experiencias exitosas en México y otros continentes.

RECURSOS DIDÁCTICOS

Exposición del profesor mediante los instrumentos de la nueva tecnología disponible y métodos tradicionales
Facilitación en el análisis y discusión de temas referentes a cada módulo académico
Desarrollo de prácticas de aplicación de metodologías revisadas en clase
Desarrollo de tareas relacionadas con los temas vistos en los módulos
Visita a empresas de producción y comercialización de productos agropecuarios (sujeto a disponibilidad de recursos)
Investigación de temas actuales a través de los diferentes medios
Exposición y análisis de temas empresariales a través de testimoniales invitados
Se les proporcionará e indicará amplias referencias específicas de información para complementar y ampliar los módulos, aparte de la bibliografía recomendada, la cual deberán revisar y analizar, ya que dicho material podrá considerarse para los exámenes.

NORMAS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

Normas de evaluación

La aprobación del curso requiere de una amplia dedicación de los alumnos tanto en las clases como en las actividades desarrolladas después de clase, enfocadas a la realización de investigación, análisis, desarrollo y aplicación de metodologías. (el tiempo extraclase será de al menos 3 veces las horas dedicadas a clase presencial o virtual).

Se tomará en cuenta la amplitud de visión y firmeza de criterio que demuestren los alumnos en el análisis y discusión de los temas abordados.

Se considerará el interés que presenten en la aplicación del conocimiento en el ámbito laboral presente y futuro. Serán parte muy importante de la evaluación del curso las competencias blandas que demuestren durante el desarrollo del programa.

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Trabajos de aplicación de metodologías 30%

Presentación de trabajos realizados 30%

Trabajos de investigación y análisis 20%

Participación en clase en el análisis y discusión de temas 10%

Participación en eventos extraclase 10%

Módulos que conllevan investigación, aplicación de metodologías, desarrollo y presentación (VI, VIII, IX, X):

***** NOTA: Las horas dedicadas a la investigación y desarrollo corresponden a horas de estudio extraclase.

BIBLIOGRAFÍA IMPRESA O ELECTRÓNICA (AUTOR, AÑO, TÍTULO, EDITORIAL, FECHA, EDICIÓN)

Ricketts, C. and Ricketts, K.G. (2010). *Agribusiness Fundamentals and Applications*. 2nd edition. New York: Cengage Learning.*

Engdahl, W. F. (2010). *Agri-business – I semi della Distribuzione, Dal controllo del cibo al control del mondo*. Editrice Arianna.

Fleet, D.V., Flett, E.V. and Seperich G.J. (2013). *Agribusiness: Principles of Management*. New York: Cengage Learning.*

Beirelein, J.G., Schneebergeri, K.C. and Osborn, D.D. (2013). *Principles of Agribusiness Management*. (fifth ed.) Newyork: Waveland Press, Inc.*

Gibson, J.D., Usry, R. H. and Lanny, W.H. (2000). *Agribusiness: Management, Marketing, Human Resource Development, Communication, and Technology*. Agriscience and Technology Series. Pearson Learning Solutions.

Baker, G.A., Grunewald, O., Gorman, W.D. (2001) *Introduction to Food and Agribusiness Management*. U.S. Prentice Hall.*

Sorensen, H.E. (2012) *Business Development. A Market Oriented Perspective*. UK. John Wiley & Sons Ltd.

Cesaretti G.P.,Mariana A., Sodano V. (acura di) (1994). *Sistema agroalimentare e mercati agricoli*. Bologna. Il Mulino.*

Saccomandi Vito (1991). *Istituzioni di Economia del mercato dei prodotti agricoli*. Roma. REDA.*

Rastoin J. L. (1995): *Dynamique du systeme alimentaire francais*. Communication au congrès annuel SIEA. San Michele all'Adige.

Galizzi G. (1990). *Innovazione di prodotto e internalizzazione nell'industria alimentare*. Economia e Politica Industriale. no.65.

Invernizzi G., Cortesi A. e Russo P. (a cura di) (1994). *Gestione strategica d'impresa, Casi*. Milano. EGEA.*

Rama, D. e Pieri R. (1991): "*Strategie di Sviluppo delle imprese cooperative agroalimentare*", *Strategie di Sviluppo e Politiche finanziarie delle imprese cooperative agroalimentari*. Università Cattolica del Sacro Cuore. Milano. Franco Angeli.

Malassis Louis e Ghersi Gerard (1995): *Introduzione all'economia agroalimentare*. Bologna. Il Mulino.*

Ghersi, G. and Malassis, L. (1996). *Economie agro-alimentaire, tome 1: Economie de la production et de la consommation agro-alimentaire*. Editions Cujas.*

Malassis, L. (1979). *Les troisages de l'alimentaire, Traité d'economie agro-alimentaire*. Editions Cujas.

Mullins, L.J. (2013) *Management and organisational behaviour*. 10th edn. Pearson Education.

Frewer, L. and Van Trijp, H. (2007) *Understanding consumers of food products*. CRC Press.

Callegari, F., Valentini, M. (2014). *Filiere d'Italia. Produzione e reti dell'agroalimentare*. Donzelli.

Gibney, M.J., Lanham-New, S.A., Cassidy, A. and Vorster (2009) *Introduction to human nutrition*. 2 edn. Wiley-Blackwell.

Eastham, J., De Aguiar, L. and Thelwell, S. (eds.) (2017) *Contemporary issues in food supply chain management*. Goodfellow Publishers.

Norberg-Hodge, H., Merrifield, T. and Goredick, S. (2002). *Bringing The Food Economy Home*. Ferndale Publishing Kumarian Press and Zed Books.

Mann, J. and Truswell, A.S. (2012). *Essentials of Human Nutrition*. Oxford University Press.

- Palmer, A. and Hartley, B. (2012). *The Business Environment*. (7th edition). McGraw-Hill.*
- Baldwin, C.J. (2015) *The 10 Principles of Food Industry Sustainability*. Wiley Blackwell.
- Baourakis, G., Kalaitis, P. and Mattas, K. (2012) *Food Chains – quality, safety and efficiency in a challenging world*. Routledge.*
- Casabona, C. M., Epifanio, L.E. and Cirion, A.E. (2010) *Global Food Security: ethical and legal challenges*. Wageningen Academic Pub.
- Puente Muñíz, C.F., et all (editor) (2016). *Agroindustria, Automatización y Agronegocios*. Publicado en formato digital (primera edición). Universidad Autónoma de San Luis Potosí.
- Klauss, S. (2017). *La cuarta revolución industrial*. Penguin Random House Grupo Editorial.*
- Botella, F. (2018). *Bienvenidos a la revolución 4.0*. Grupo planeta.
- <http://www.fao.org/state-of-food-agriculture/es/>. *El estado de la Agricultura y la Alimentación* (2018). FAO.
- William Engdahl F. (2010). *Agri-business – I semi della Distribuzione, Dal controllo del cibo al control del mondo*. Editrice Arianna.
- Vandana, S. (2017). *Stolen Harvest: The Hijacking of the global Food Supply*. University Press of Kentucky.
- Vandana S. (2016). *Who Really Feeds the World? The failures of Agribusiness and the Promise of Agroecology*. North Atlantic Books.
- Kathlyn, G. (2017). *Food: The New Gold*. Twenty First Century Books.
- Bergstrand, J. (2009). *Reinvent Your Enterprise*. BookSurge Publishing.
- Donovan, J., Tully, R. and Wortman, B. (1997). *The Value Enterprise: Strategies for Building a Value-Based Organization*. McGraw-Hill.
- Galbraith, J. R. (2014). *Designing Organizations: Strategy, Structure, and Process at the Business Unit and Enterprise Levels*. (3rd Edition). Jossey-Basses.*
- Joshi, M. (2013). *Human Resource Management*. Bookboon.
<https://ercd.files.wordpress.com/2013/07/human-resource-management-by-manmohan-joshi.pdf> (web para descargar).*
- Lesley Sage, L. W. (2014). *Maximizing People Potential*. Bookboon.
- Timms, P. (2013). *HR2025: Human Resource Management in the Future*. Bookboon.
<http://dspace.bhos.edu.az/jspui/bitstream/123456789/1701/1/hr2025-human-resource-management-in-the-future.pdf> (web para descargar).

Chase, R.B. y Jaobs, F.R. (2014). *Administración de Operaciones. Producción y Cadena de Suministros* (13a ed.). McGraw Hill.*

Johnson, J. W. (1996). *"Contemporary Logistics"*. (Sixth Edition ed.). Prentice Hall.

Coyle, J. B. (1996). *The Management of Business Logistic* (Sixth Edition ed.). West Publishing Company.*

Coss, B. R. (2012). *Análisis y evaluación de proyección de inversión*. Limusa.*

John J. Wild, K. R. (2011). *Análisis de estados financieros* (9na Edición ed.). Mc Graw Hill.*

García, J. O. (1997). *Plan General de Contabilidad y PGC de PYMES comentados*. DEUSTO.

Beall, A. E. (2010). *Strategic Market Research: A Guide to Conducting Research that Drives Businesses*. iUniverse.

Mooij, M. (2013). *Global Marketing and Advertising: Understanding Cultural Paradoxes*. SAGE Publications, Inc.

Naresh K. and Malhotra, S. D. (2010). *Marketing Research: An Applied Orientation* (Sixth Edition) ed.). Pearson Education.

Chris Gattis, F. S. (2014). *Marketing Plan Template: Writing Marketing Plans for Small Business*. Blue Point Publishers.*

Gaspar, J., Arreola-Risa, A., Bierman, L., Hise, R., & Kolari, J. (2013). *Introduction to Global Business: Understanding the International Environment & Global Business Functions*. South-Western College Pub.

Keegan, W. J., & Green, M. C. (2014). *Global Marketing* ((8th Edition) ed.). Prentice Hall.

Wilson, M. M. (2011). *Marketing Plans: How to Prepare Them, How to Use Them* (Seventh edition). London.

Kennedy, D. S. (2011). *The Ultimate Marketing Plan: Target Your Audience! Get Out Your Message! Build Your Brand! Paperback*. Adams Business.

Cooper, R. G. (2011). *The Successful Marketing Plan A Disciplined and Comprehensive Approach* (7th edition ed.). Tata McGRAW-HWilson.*

Dib A. (2016). *The 1-Page Marketing Plan: Get New Customers, Make More Money, And Stand out From The Crowd*. Kindle edition. Successwise.

Kotler, P., Kartajaya, H., and Setiawan, I. (2016). *Marketing 4.0. Moving from Traditional to Digital*. Willey.*

Foglio, A. (2017). *El marketing agroalimentare, Mercato e Strategie di Commercializzazione*. (terza stampa). Franco Angeli.*

Teal, B. (2017). *The Value Driven Business: The Simple Strategy to Create A Business You Love*. Benjamin Teal.

Bruno Notarnicola, B., Salomone, R. and Petti, L. (2015). *Life Cycle Assessment in the Agri-food Sector: Case Studies, Methodological Issues and Best Practices* (illustrated ed.). Springer.

Fischer, C. and Hartmann, M. (2010). *Agri-food Chain Relationships*. (illustrated ed.) CABI.*

Taglioni, D. (2016). *Making Global Value Chains Work for Development* (illustrated ed.). World Bank Publications.

Burch, D. and Laurence, G. (2007). *Supermarkets and Agri-food Supply Chains: Transformations in the Production and Consumption of Foods*. Edward Elgar Publishing.

D'heur, M. (2015). *Sustainable Value Chain Management: Delivering Sustainability Through the Core Business*. Springer.

Pullman, M., and Wu, Z. (2011). *Food Supply Chain Management: Economic, Social and Environmental Perspectives*. (1ra. edition) Routledge.*

Crandall, R. E., Crandall, W.R. and Chen, Ch.C. (2014). *Principles of Supply Chain Management, Second Edition*. CRC Press.*

Saviozzi, F. A. (2017). *Imprenditorialità*. EGEEA. Kindle Book

Sankarana, A.(2011). (Ed). *On Leadership*. HBR's 10 Must Reads.

Grant, R.M. and Jordan, J. (2012) *Foundations of Strategy*. UK. John Wiley & Sons Ltd.*

H,W, Volberda, H.W., Morgan, R.E., Reinmoeller, P.,Hitt, M.A., Ireland, R.D.and Hoskisson, R.E. (2011) *Strategic Management. Competitiveness and Globalisation*. UK. Cengage Learning EMEA.

Johnson, G., Scholes, K., and Whittington, R. (2008). *Exploring Corporate Strategy*. 8th edition. UK. Prentice Hall.

Airoldi, G., Brunetti, G. e Coda, V. (1994). *Economia Aziendale*. Il Mulino.*

Porter, M. E. (1997): *La strategia competitiva, analisi per le decisioni*. Bologna. Editrice Compositori.*

Coda V. (1988): *L'orientamento strategico dell'impresa*. Torino. UTET.*

Coda V., Cortesi A. e Russo P. (a cura di) (1991): *Gestione strategica d'impresa, letture e casi*, Volume primo, Quinta edizione. Milano. Edizione Unicopli.

Depperu D. (1996): *Economia dei consorzi tra imprese*. Milano. EGEEA.

Invernizzi G., Cortesi A. e Russo P. (a cura di) (1994). *Gestione strategica d'impresa, Casi*. Milano. EGEEA.

Coda V. (1984): *La valutazione della formula imprenditoriale*. Sviluppo & Organizzazione. N. 82.

Mazzola P. (1996). *La diagnosi strategica nella gestione dell'impresa, metodologie e strumenti per la diagnosi della strategia competitiva*, Milano. EGEEA.

Agabiti M. F. (1997): *La strategia di aziende vitivinicole in fase di recessione economica*. Agricoltura delle Venezie.

Calcagno M. (1996): *L'evoluzione della nozione di vantaggio competitivo negli studi di strategic management*. Economia & Management. n° 5.

Saccomandi V. (a cura di) (1992): *Il management delle imprese cooperative agricole*. Milano. Etaslibri.

Rama, D. e Pieri R. (1991). “*Strategie di Sviluppo delle imprese cooperative agroalimentare*”. Strategie di Sviluppo e Politiche finanziarie delle imprese cooperative agroalimentari. Università Cattolica del Sacro Cuore. Milano. Franco Angeli.

Sodano V. (1994): *I diversi approcci all’analisi dell’organizzazione del sistema agroalimentare, in Sistema agroalimentare e mercati agricoli*. in Cesaretti G., Mariani A.C. e Sodano V. (a cura di). Bologna. il Mulino.
*

Harvard Business Review, Christensen, C.M., Collins, J., Drucker P.F., and Goleman D.

(2017). *HBR Classics Boxed Set (16 books)*. Harvard Business School Press: Edicion: Box.

Harvard Business Review and Drucker P.F. (2011). *Hbr’s 10 Must Reads Boxed Set (6 boks)*. Harvard Business School Press: Edicion: Box.

Harvard Business Review (autor) (2017). *The Harvard Review Manager’s Handbook: The 17 Skills Leaders Need to Stand Out*. Harvard Business Press: Edicion: Box.

Christensen, C. M. (2017). *HBR’s 10 Must Reads: The definitive management ideas of the year from Harvard Business Review*. Harvard Business School Press.

Harvard Business Review (autor) (2015). *HBR 20 Minute Manager Boxed Set (10 books) (HBR 20-minute manager series)*. Harvard Business School Press: Edicion. Box.

*****NOTA: Los libros marcados con un asterisco al final de la cita (*) son libros clásicos.



MA. DEL CARMEN LÓPEZ REYNA

Distinguida con el galardón los “70 Grandes de México” otorgado por la CNOP de México, 2015.

Doctorado en Economía del Sistema Agroalimentario por la Università degli Studi di Parma, Italia, Estudios de Master en Economía Agroalimentario por la Università Cattolica del Sacro Cuore, Italia. Ingeniero Agrónomo por la Universidad Autónoma Chapingo, México. Estudios de Economía Agroalimentaria y Mercados Agrícolas por la **Università degli Studi di Firenze, Italia, Estudios de Marketig Agroalimentario y Comercio Internacional por el Centre International de Houtes Études Agronomiques Mediterranéennes (CIHEAM), España.** Estudios sobre metodología de Estudios de Caso por la **Harvard Business School, USA y la ESSEC Business School, Francia** (2011, 2013 y 2014). Programa de Alta Dirección para Empresas de la Cadena Agroalimentaria (ADEA) por el **Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresas (IPADE) y el Instituto Internacional San Telmo, España** (2012, 2013). Desarrollo de Nuevos Modelos de Negocio por Strategyzer en el **A.H. Epicenter Boston, USA** y, Certificación profesional en Planes y Modelos de Negocio, por la **Universidad de Salamanca, España.**

Fue pionera en la formación de Agronegocios en México, creó y dirigió la Maestría de Agronegocios en el Colegio de Postgraduados del año 2000 al 2018, primer y único programa en su género en México. Con la cual graduó a **17 generaciones** de maestros en Agronegocios en 10 estados del país.

Cargo actual: Profesor Investigador del Colegio de Postgraduados en el Programa de Economía, Conferencista y Consultor Internacional.

Tiene en su haber la dirección de 275 estudios de caso en Agronegocios, más de 600 planes de Agronegocios, planes de marketing agroalimentario, estudios de competitividad de cadenas agroalimentarias y desarrollo de modelos de agronegocio. Ha dirigido y asesorado más de 40 tesis de maestría y doctorado en ciencias agrícolas. Ha sido columnista del periódico el economista, ha impartido innumerables conferencias y cursos en México y Latinoamérica y, es autora de varios artículos científicos.

Áreas de Competencia: Agronegocios, Marketing Agroalimentario, Cadenas Agroalimentarias, Estudios de Caso en Agronegocios, Alta Dirección en Empresas del Sector Agroindustrial y de Alimentos, Innovación de Nuevos Modelos de Negocio, Desarrollo de Marcas Colectivas y Denominaciones de Origen, Neurociencias Aplicadas a los Negocios y Neuromarketing y, Consorcios de Cooperativas y tutela de calidad.

Miembro de: la **International Food and Agribusiness Management Association (IAMA)**, de la **Società Italiana di Economia Agroalimentare (SIEA)** y, de la **World Association for Case Method Research & Application (WACRA).**

crevna@colpos.mx 5951089313 movil 5959520200 ext. 1137, 1138