



UNIVERSIDAD CENTROCCIDENTAL  
"LISANDRO ALVARADO"  
DECANATO DE AGRONOMIA  
NUCLEO "DR. ARGIMIRO BRACAMONTE"  
EL TOCUYO - ESTADO LARA



### ECONOMIA Y COMERCIALIZACION

PROGRAMA: TECNICO SUPERIOR AGROINDUSTRIAL

DEPARTAMENTO: GERENCIA Y ESTUDIOS GENERALES

HORAS: 03 TEORICAS

PRELACION: 73 UC. APROBADAS

FACILITADOR: PROF. ANGELICA RAUCH

PROF. EDGAR ACOSTA

PROF. NERIO NARANJO

CODIGO: 629

SEMESTRE: VI

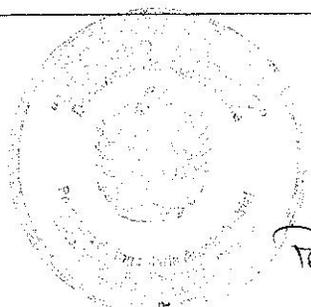
CARÁCTER: OBLIGATORIO

COORDINADOR: PROF. ANGELICA RAUCH

FECHA DE ELABORACION: NOVIEMBRE 1987

FECHA DE REVISION: MAYO 2005

LAPSO ACADEMICO: 2004-II



P 1/10

Peraza E. H.  
Oct 2013

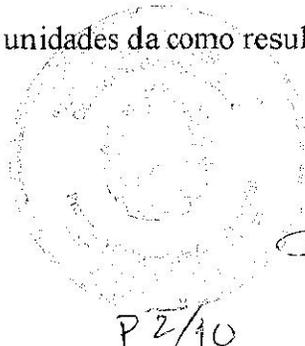
## FUNDAMENTACION

La Agroindustria forma parte, como sector productivo, de la economía de un país. La demanda de insumos y otros bienes y servicios para la producción agroindustrial impulsa la actividad en otros sectores como el agrícola, transporte, entre otros, la utilización de mano de obra genera empleo y los bienes elaborados están destinados a satisfacer necesidades alimentarias y no alimentarias de la población.

En este sentido, el Técnico Agroindustrial requiere, para su formación integral, poseer conocimientos sólidos acerca del funcionamiento de la economía en general y la comercialización de bienes alimentarios. Así, la asignatura Economía y Comercialización es dictada en el sexto semestre del Programa TSU Agroindustrial, por lo que es una asignatura de carácter terminal conducente a integrar conocimientos y culminar la preparación que requiere el educando para iniciar su desempeño profesional.

El educando que inicie sus estudios en esta asignatura deberá contar con conocimientos referentes al análisis de indicadores económicos y sociales de desarrollo, la relación de la Agroindustria con la economía, al proceso de globalización, entre otros temas, adquiridos en la asignatura Problemática del Desarrollo la cual es dictada en el primer semestre de la carrera. Esta asignatura ofrece herramientas que servirán posteriormente para profundizar los aspectos que serán tratados en Economía y Comercialización; ambas asignaturas se complementan para ofrecer al educando una formación con orientación social.

El estudio de la economía ha de realizarse en base a sus dos vertientes: la microeconomía y la macroeconomía. La importancia del estudio de la microeconomía radica en que permite analizar los factores que influyen y los mecanismos que desarrollan las unidades económicas (demandantes y oferentes) en el proceso de la toma de decisiones individuales, y cómo tal proceso a través de la interacción de estas unidades da como resultado la formación de los precios. La macroeconomía por su parte, le proporcionará al estu-

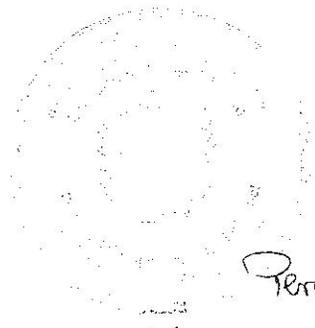


P 2/10

Perroza R. H.  
set 2013

dian­te las herramientas necesarias para evaluar los efectos que tienen las diversas interacciones entre agentes económicos y las varia­ciones de los indicadores macroeconómicos sobre el conjunto de la economía, y particularmente sobre el sector agrícola, agroindus­trial y la demanda efectiva del consumidor; estos aspectos adquieren especial relevancia dentro de la actual coyuntura en la que se aprecia una contracción del sistema productivo, un alto nivel de desempleo y una fuerte disminución del poder adquisitivo en detri­mento de la calidad de vida de la población.

Una vez que estos aspectos de la economía son manejados es pertinente la introducción del estudio del sistema de comerciali­zación de bienes alimentarios. Este proceso es un componente importante que está inmerso en la dinámica económica: por un lado la comercialización se ve afectada por los resultados macroeconómicos y ciertas políticas que en este sentido son aplicadas, lo cual afec­ta a su vez la satisfacción de la demanda de consumo de alimentos de la población, y por otro lado interviene en la formación del pre­cio mediante la generación de valor agregado de los bienes que finalmente serán distribuidos, desde donde fueron producidos hasta donde serán adquiridos para su consumo final. En este sentido, es de especial interés para el Técnico Agroindustrial analizar cuáles son los agentes y canales de distribución, evaluar el proceso de comercialización que se lleva a cabo en nuestro país y de allí derivar los aspectos positivos y las deficiencias que puedan estar presentes, puesto que éste profesional juega un papel importante en el desa­rrollo y aplicación de métodos destinados a la conservación de materia prima requerida en la agroindustria, la conservación de los bienes ya procesados y en la supervisión del manejo y transporte de los mismos, elementos claves dentro del sistema de comercializa­ción.



p 3/10

Pérez R. N.  
oct 2013

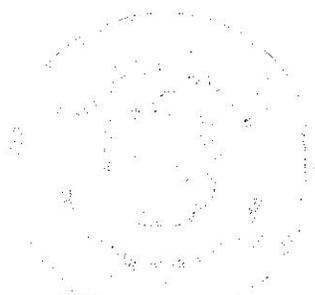
## OBJETIVOS GENERALES

- Analizar e interpretar los principales conceptos y variables referidos a la economía, a los fines de evaluar su funcionamiento. Formar en los aspectos básicos conceptuales en cuanto al proceso de comercialización de bienes agrícolas de consumo fresco y procesado, y la interacción de los agentes que en él intervienen, aplicando los conocimientos de teoría económica adquiridos.

Perez R. H.  
oct 2013  
P 4/0

**UNIDAD I: CONCEPTOS GENERALES DE LA ECONOMIA****OBJETIVO TERMINAL:** Analizar los objetivos, alcance del análisis económico y los principales conceptos relacionados con economía.**Duración:** 06 horas**Ponderación:** 5%**Semana:** 01 y 02

<b>Objetivos específicos</b>	<b>Contenido</b>	<b>Estrategias</b>	<b>Recursos</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Conceptuar economía, microeconomía y macroeconomía.</li><li>▪ Reconocer el alcance de la economía en el marco de otras disciplinas e ideologías.</li><li>▪ Analizar el funcionamiento de las economías de mercado y la evolución del pensamiento económico.</li><li>▪ Diferenciar entre microeconomía y macroeconomía</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ <u>Tema 1:</u> La economía. La economía como ciencia social y empírica. Sus relaciones con otras disciplinas.</li><li>▪ <u>Tema 2:</u> Concepto de economía. El problema económico. Los bienes. La utilidad. La economía y las ideologías.</li><li>▪ <u>Tema 3:</u> Caracterización de la economía de mercado. Evolución del pensamiento económico. Microeconomía y macroeconomía.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Exposición del profesor</li><li>▪ Tormenta de ideas</li><li>▪ Juegos didácticos</li><li>▪ Discusión grupal en clase</li><li>▪ Asesorías fuera de clase</li><li>▪ Revisión de bibliografía</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Pizarrón</li><li>▪ Transparencias</li><li>▪ Material impreso</li><li>▪ Otros</li></ul>



Prong 21 y 4  
Oct 2013  
P 5/10

**UNIDAD II: MICROECONOMIA**

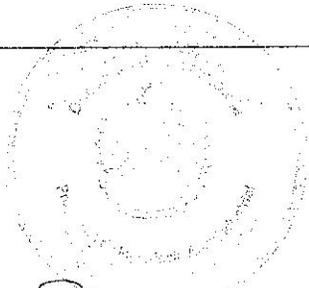
**Duración:** 12 horas

**Semana:** 03 a 06

**OBJETIVO TERMINAL:** Analizar el comportamiento de los agentes económicos individuales y los factores que lo afectan

**Ponderación:** 30%

Objetivos específicos	Contenido	Estrategias	Recursos
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conceptuar microeconomía, identificar los agentes económicos que allí intervienen y analizar su interacción</li> <li>▪ Analizar la función de demanda y las variables que la determinan.</li> <li>▪ Analizar la función de oferta y las variables que la determinan.</li> <li>▪ Definir equilibrio del mercado y las formas de mercado que pueden producirse.</li> <li>▪ Analizar las curvas de producción y costos del productor.</li> <li>▪ Analizar la situación del productor en condición de sobre ganancia, ganancia natural y mínimas pérdidas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <u>Tema 1:</u> teoría de la demanda. Demanda individual y del mercado. Ley de la demanda. Curvas de la demanda. Elasticidad. Teoría de la oferta. Ley de la oferta.</li> <li>▪ <u>Tema 2:</u> Equilibrio del mercado. La oferta y la demanda. Formas de mercado.</li> <li>▪ <u>Tema 3:</u> Introducción a la teoría de costos. Curvas de costos. Situación del productor en sobre ganancias, ganancias naturales y mínimas pérdidas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Exposición del profesor</li> <li>▪ Intercambio de ideas</li> <li>▪ Resolución de problemas concretos y discusión en clase de resultados</li> <li>▪ Asesorías fuera de clase</li> <li>▪ Revisión de bibliografía</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pizarrón</li> <li>▪ Data-show</li> <li>▪ Material impreso</li> </ul>



  
 PG/10 Oct 2013

### UNIDAD III: MACROECONOMÍA

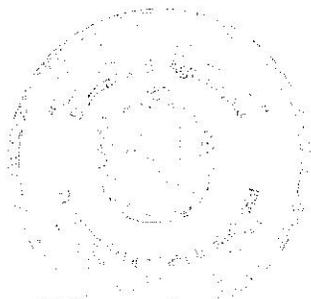
**Duración:** 12 horas

**Semana:** 07 a 10

**OBJETIVO TERMINAL:** Evaluar el funcionamiento de la economía en su conjunto, los indicadores que la miden y analizar los efectos de la aplicación de políticas económicas

**Ponderación:** 30%

Objetivos específicos	Contenido	Estrategias	Recursos
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Conceptuar macroeconomía.</li><li>▪ Interpretar los principales indicadores macro-económicos.</li><li>▪ Distinguir entre política fiscal, política monetaria y otras políticas económicas.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Tema 1: Nociones generales de macroeconomía. Indicadores macroeconómicos. El dinero. Sistema monetario.</li><li>▪ Tema 2: Política fiscal, política monetaria y otras políticas económicas.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Exposición del profesor</li><li>▪ Estudio de casos</li><li>▪ Discusión grupal en clase</li><li>▪ Asesorías fuera de clase</li><li>▪ Revisión de bibliografía</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Pizarrón</li><li>▪ Data-show</li><li>▪ Transparencias</li><li>▪ Material impreso</li></ul>



Peraza A. H  
08/2013  
P 7/10

**UNIDAD IV: COMERCIALIZACION**

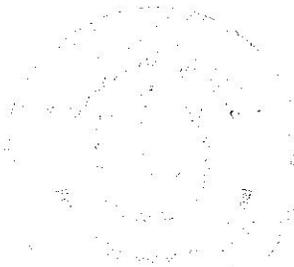
**OBJETIVO TERMINAL:** Analizar y evaluar el sistema de comercialización de los bienes agrícolas de consumo fresco y procesado

**Duración:** 18 horas

**Semana:** 11 a 16

**Ponderación:** 35%

Objetivos específicos	Contenido	Estrategias	Recursos
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Conceptuar comercialización, analizar los conceptos elementales relacionados y las etapas que lo conforman</li><li>▪ Analizar el proceso de comercialización desde el enfoque funcional.</li><li>▪ Analizar el proceso de comercialización desde el enfoque estructural.</li><li>▪ Caracterizar los tipos de comercio: mayorista y minorista.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Tema 1: Introducción a la comercialización. Conceptos básicos de mercadeo y marketing. Etapas de la comercialización.</li><li>▪ Tema 2: Funciones de la comercialización: de intercambio, físicas y auxiliares.</li><li>▪ Tema 3: Análisis institucional de mercado. Agentes y canales de comercialización. Costos y márgenes.</li><li>▪ Tema 4: Consumidor: tipos y características.</li><li>▪ Tema 5: Estructura y características del comercio. Organización del mercado: comercio al mayor y al detal.</li><li>▪ Tema 6: Mercadeo por grupo de productos.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Exposición del profesor</li><li>▪ Elaboración de trabajos escritos.</li><li>▪ Discusión grupal en clase</li><li>▪ Asesorías fuera de clase</li><li>▪ Revisión de bibliografía</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Pizarrón</li><li>▪ Data-show</li><li>▪ Transparencias</li><li>▪ Material impreso</li></ul>



*Peraza 29/10*  
*P 8/10 OCT 2013*

## PLAN DE EVALUACION

Semana	Unidad	Estrategia de evaluación			Tipo de evaluación	Ponderación
		Técnica	Instrumento	Actividad		
01		Prueba	Prueba objetiva	Aplicación de la prueba	Diagnóstica	-
07	I y II	Prueba	Prueba objetiva	Aplicación de la prueba	Sumativa	35%
11	III	Prueba	Prueba objetiva	Aplicación de la prueba	Sumativa	30%
16	IV	Prueba	Prueba objetiva	Aplicación de la prueba	Sumativa	35%

Perez J. N  
Oct 2013  
P 9/10

## REFERENCIAS

- Begg, D. Fischer, S. Dornbusch, R. (2.002) Economía. Sexta edición. Editorial McGraw-Hill. España
- Coscia, A. (1.978) Comercialización de productos agropecuarios. Editorial Hemisferio Sur. Argentina
- Dominick, S. (1.992) Microeconomía. Tercera edición. Editorial McGraw-Hill. México
- Heilbroner, R. Milberg, W. (1.999) La evolución de la sociedad económica. Décima edición. Editorial Prentice-Hall. México
- Kotler, P. Armstrong, G. (1.991) Fundamentos de mercadotecnia. Segunda edición. Editorial Prentice-Hall. México.
- Mendoza, G. (1.980) Compendio de mercadeo de productos agrícolas. IICA. Costa Rica.
- Mochón, F. (1.993) Economía. Tercera edición. Editorial McGraw-Hill. España
- Sloman, J. (1.997) Introducción a la Microeconomía. Tercera edición. España

Personas 2/14  
20/3  
P 10/10