

ESCUELA AGROTÉCNICA SARMIENTO**Docente: Lic. Adrián Marcelo Alonso****Nivel: Secundario Técnico****Año y División: 5° 1°****Ciclo: Orientado****Turno: Tarde****Área Curricular: Marketing****Título: “INTRODUCCIÓN EL MUNDO DEL MARKETING. CONCEPTO Y DESARROLLO”****Objetivo del Módulo I**

Establecer un encuentro virtual sobre la Ciencia de la Comercialización, aplicado al Contexto Agroindustrial de los Negocios y las actividades de las áreas didácticas productivas de nuestro establecimiento, a partir de la revisión de conceptos macroeconómicos, el alumno debe poder:

Dotar al estudiante competencias que le permitan situar en el mercado los productos que realicen en las áreas didácticas-productivas y así adquirir herramientas estratégicas de comercialización para participar o generar micro emprendimientos y prepararse para una futura salida laboral en el ambiente agroindustrial que lo rodea.

Conocer el contexto productivo departamental y provincial y **proporcionar** al estudiante herramientas para **interpretar** las necesidades, **identificar** las fuerzas, debilidades y oportunidades de comercialización.

Adquirir las competencias necesarias para **emprender** estrategias que permitan poner en el mercado de bienes y servicios que satisfagan las demandas actuales.

Contenidos:

- Definición de Necesidades y Deseos.
- Qué es el Marketing y para qué sirve.
- Realidad económica actual de los Agronegocios.

- La industrialización en la Agricultura. Clústeres agro-industriales. Mercados y sus funciones.
- La importancia del sector en nuestro país. Su evolución histórica, principales características y desarrollo a futuro.
- Expectativas de desarrollo a futuro en nuestra provincia del sector agrícola y agro-industrial. Análisis de este desarrollo desde el punto de vista del Marketing Agroalimentario.

Capacidades:

- Lectura y comprensión de textos.
- Pensamiento y Juicio crítico.
- Análisis del contexto productivo.
- Elaboración de Textos.

Material de trabajo anexo y/o digital

- Suplemento Verde - Diario de Cuyo - Noticias de San Juan.
 - www.diariodecuyo.com.ar › seccion › verde
- Capítulo I del Libro Principios de Marketing. Philip Kotler y Gary Armstrong. Website: <https://descargalibros-gratis.com/principios-de-marketing-philip-kotler-gary-armstrong-12va-edicion/> u otro website.
- Contexto de los Agronegocios: Material de clase en Formato PDF
- El Mercado y La Comercialización –PDF- o Website: <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7088/BVE18040224e.pdf?sequence=1>
- El Estado Mundial de la Agricultura y la Alimentación –PDF- o website: <http://www.fao.org/3/a-I7658s.pdf>

Desarrollo de la Propuesta:

Elaborar y exponer el pensamiento sobre las siguientes preguntas utilizando los materiales anexos y/o sitios web consignados:

Según Kotler en su primer capítulo primer capítulo nos deja una serie de interrogantes:

- 1 Elija solo dos de estos productos
 - a. Uva de mesa de San Juan.
 - b. Melón Blanco de Media Agua – San Juan.
 - c. Aceite de Oliva.
 - d. Aceituna de Mesa.
 - e. Pasa de Uva.
 - f. Vino
- 2 Ahora aplicaremos, con respuestas breves, los conceptos leídos en clase y en las guías oportunamente:
 - a. Diferencie en cada producto de los dos elegidos la necesidad satisfecha, del deseo y la demanda.
 - b. ¿Qué debe responderse un director de marketing a las hora de diseñar una estrategia para cada producto?.
 - c. En Dirección de Marketing, explique qué enfoque elegiría, por qué y para qué.
 - d. ¿Qué significaría en cada producto la visión orientada al cliente y orientada a la producción?.
 - e. Según el Capítulo 1 de Kotler, ¿Cómo elegiría los clientes para su negocio en cada caso?.
 - f. Explique brevemente cómo aplicaría cada tipo de enfoque de marketing.

Directivo: Agrónomo Luis Pérez.