



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE JUJUY
FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS**

Alberdi 47 – 4600 – S. S. de Jujuy
TEL. (0388) 4221556 – FAX (0388) 4221547
WEB; <http://www.fca.unju.edu.ar>

RESOLUCIÓN CAFCA. Nº **622/2019**.

SAN SALVADOR DE JUJUY, **27 de agosto de 2019**.

VISTO, el Expediente F.200-3691/2019, mediante el cual el Ing. Agr. Esteban Alejandro MOLINA, Coordinadora de la Carrera **TECNICATURA UNIVERSITARIA EN PRODUCCIÓN LECHERA**, eleva planificación docente de la asignatura **COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS**, que se dicta en el Primer Cuatrimestre del Tercer Año de la citada carrera; y

CONSIDERANDO:

Que la docente Lic. Gabriela A. ZÁRATE ha presentado la planificación de cátedra de la asignatura Comercialización de Productos Lácteos, la cual fue analizada y aceptada por la Comisión de Seguimiento de la Carrera.

Que el Programa Analítico adjuntado se ajusta a los contenidos requeridos por la Resolución Ministerial 334/03, el cual estará vigente hasta que el docente proponga algún cambio.

Que la Comisión de Enseñanza ha emitido dictamen favorable.

Que el tema ha sido tratado y aprobado en Sesión Ordinaria Nº 11/2019, de fecha 27 de agosto de 2019, con el voto favorable de los CATORCE (14) Consejeros presentes.

Por ello,

EL H. CONSEJO ACADÉMICO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS

RESUELVE

ARTÍCULO 1º: Aprobar el Programa Analítico correspondiente a la asignatura **COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS** que se dicta en el Primer Cuatrimestre del Tercer Año de la Carrera **TECNICATURA UNIVERSITARIA EN PRODUCCIÓN LECHERA**, de acuerdo al ANEXO ÚNICO que forma parte integrante de la presente resolución.

ARTÍCULO 2º: Regístrese. Comuníquese. Notifíquese. Cumplido, ARCHÍVESE.
cgg.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE JUJUY
FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS

Alberdi 47 – 4600 – S. S. de Jujuy
TEL. (0388) 4221556 – FAX (0388) 4221547
WEB; <http://www.fca.unju.edu.ar>

ANEXO ÚNICO RESOLUCIÓN CAFCA. Nº **622/2019**.

COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS

CARRERA: Tecnicatura Universitaria en Producción Lechera – Plan de Estudios 2015

CORRESPONDE AL AÑO ACADÉMICO: 3º Año 1º Cuatrimestre

CARGA HORARIA: 60 hs

DOCENTE A CARGO: Lic. Gabriela A. ZÁRATE

PROGRAMA ANALÍTICO

Ubicación y Vinculación de la Materia

Ubicación y vinculación de la materia en el Plan de Estudios. **REPASO ELEMENTOS BÁSICOS DE LA PEQUEÑA EMPRESA LECHERA**: mercado, recursos, factores interno y externos. Actores.

1 Unidad Temática I: Introducción a la comercialización

CONCEPTOS BÁSICOS. Introducción al marketing. Definición de Comercialización. Proceso de comercialización. Entorno del marketing Importancia. Ventajas y desventajas. Micro y Macro entorno. Implicancias en el proceso.

2 Unidad Temática II. Marketing Estratégico

MARKETING ESTRATEGICO: Planificación estratégica del marketing. Estrategias genéricas del marketing. **COMPORTAMIENTO DEL COMPRADOR**. Factores que influyen en la decisión de compra. Proceso de Decisión de compra. Mercado de consumo versus Mercado de Negocios.

3 Unidad Temática III. Investigación de mercados

ESTUDIOS DE MERCADOS: Definición de Investigación de Mercados. Pasos del proceso de Investigación de Mercados. Estrategias de Marketing: Segmentación y Posicionamiento. Plan de Marketing. Las 4 p vs las 4C.

4 Unidad Temática III: Tipos de productos y cadenas de comercialización.

PRODUCTO: Definición. Repaso proceso productivo. Clasificación de Productos lácteos y sus derivados. Normativa y trámites para la comercialización. Estrategias de Marca. Packaging. Rotulado. **DISTRIBUCIÓN**: Funciones de la cadena de distribución. Tipos de canales. Actores de la cadena láctea. Estrategias.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE JUJUY
FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS

Alberdi 47 – 4600 – S. S. de Jujuy
TEL. (0388) 4221556 – FAX (0388) 4221547
WEB; <http://www.fca.unju.edu.ar>

5 Unidad Temática IV: Precio y Promoción de producción

PRECIO: Concepto de Precio desde el enfoque del marketing. Componentes del precio. Estrategias de fijación de precios. **PROMOCIÓN:** MIX de Comunicación: Conceptos básicos, ventajas y desventajas de su aplicación. Público Objetivo. Diseño del Mensaje. Estrategias de comunicación **TECNICAS DE VENTAS:** Estrategia y Tipologías.