

**UNIVERSIDAD NACIONAL JOSE FAUSTINO SANCHEZ CARRION
ESCUELA DE POSGRADO**

MAESTRIA EN MARKETING AGROALIMENTARIO

**PERFIL DE COMPETENCIA DEL EGRESADO(A) DE MAESTRIA: EN MARKETING
AGROALIMENTARIO**

1. Explica los procesos para planificar, organizar, dirigir y controlar los sistemas y procesos productivos desarrollados en el sector agrario y la industria agroalimentaria, en un marco que garantice la competitividad de las empresas sin olvidar la protección y conservación del medio ambiente, la mejora y desarrollo sostenible del medio rural.
2. Reconoce y analiza la estructura de los métodos cuantitativos y la construcción de modelos matemáticos.
3. Analiza la actividad económica de las empresas pesqueras, con énfasis en las de entorno inmediato, a partir de la función específica de cada una de sus áreas organizativas, sus relaciones internas y su dependencia externa.
4. Identifica el proceso de acceso oportuno, generoso y predecible a los mercados para las exportaciones de los países en desarrollo, en un marco de liberalización del comercio multilateral, y la aplicación de sólidas normas multilaterales.
5. Comprende el sistema de comercialización de productos y servicios agroalimentarios como elemento fundamental para entender el desarrollo comercial de los negocios agropecuarios, haciéndose uso de las técnicas modernas de marketing.
6. Reconoce en la legislación Peruana e Internacional las políticas agroalimentarias, llegando a su aplicabilidad operativa en el marketing agroalimentario.
7. Analiza e Interpreta información financiera en toma de decisiones para la detección de oportunidades de negocio en empresas pertenecientes al sector

UNIVERSIDAD NACIONAL JOSE FAUSTINO SANCHEZ CARRION
ESCUELA DE POSGRADO

agroalimentario, llegando a desarrollar habilidades para implementar estrategias y metodologías de comercialización en el desarrollo de cadenas productivas.

8. Analiza y comprende conocimientos propios del campo de estudio de la Dirección Estratégica o Capacidad y desarrolla los fundamentos de la Organización y dirección de empresas y de la dirección de los recursos humanos.
9. Reconoce los perfiles sociodemográficos y psico gráficos de los individuos en su comportamiento como consumidores, e identifica los elementos y flujos del proceso de decisión del consumidor.
- 10 Diseña y ejecuta investigaciones especializadas en el área del marketing agroalimentario en función de los requerimientos del país con rigor científico, responsabilidad y ética.

**UNIVERSIDAD NACIONAL JOSE FAUSTINO SANCHEZ CARRION
ESCUELA DE POSGRADO**

OBJETIVO ACADEMICO

Valorar la importancia del marketing para el éxito de las empresas agroalimentarias, y conozca los principales conceptos, métodos y herramientas que esta disciplina le ofrece para realizar con éxito la gestión de la actividad comercial de estas empresas, teniendo en cuenta las singularidades de las mismas.

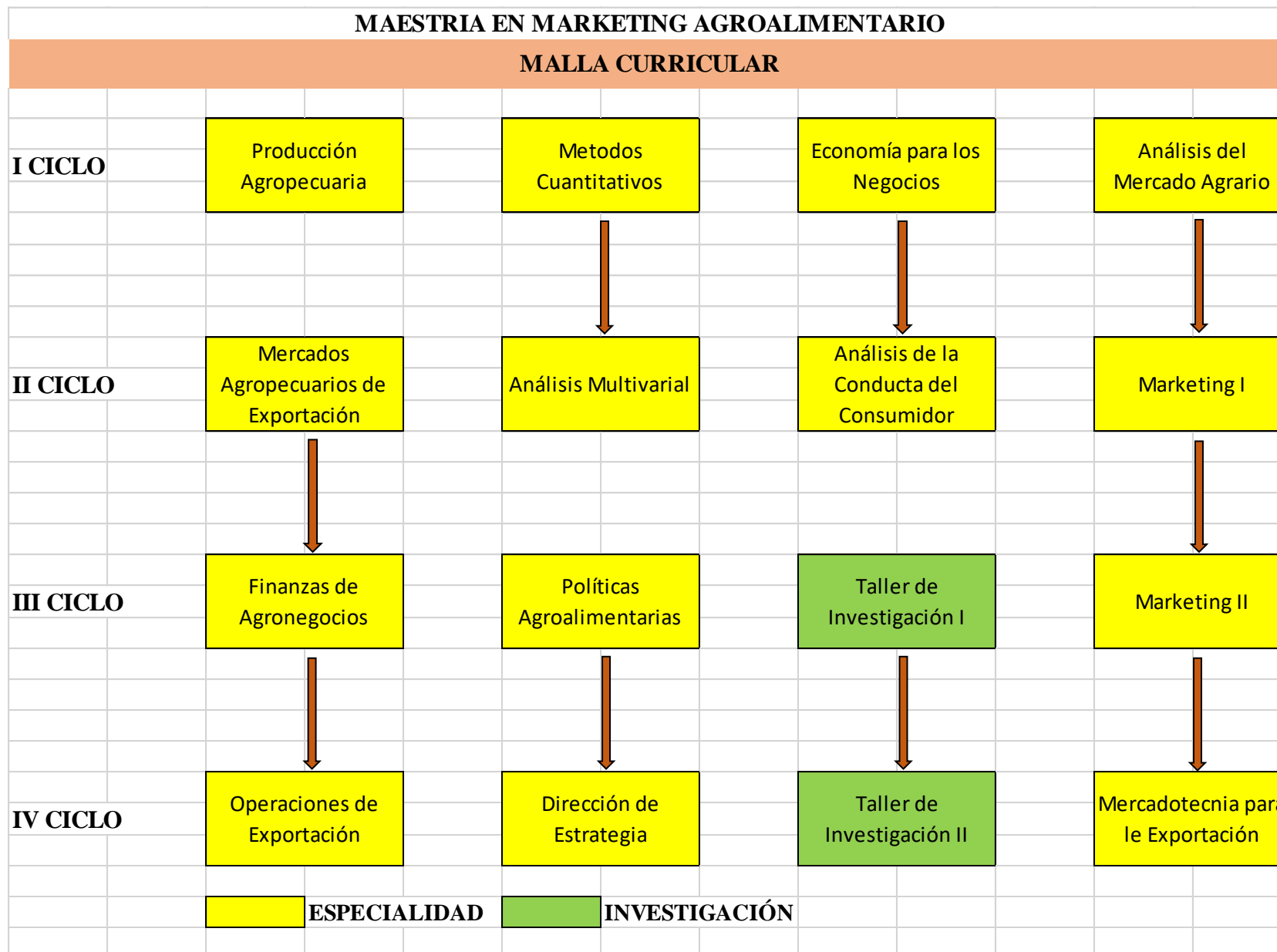
UNIVERSIDAD NACIONAL JOSE FAUSTINO SANCHEZ CARRION

ESCUELA DE POSGRADO

PLAN DE ESTUDIOS

MAESTRÍA EN MARKETING								
AGROALIMENTARIO								
PLAN DE ESTUDIOS N° 01								
PRIMER CICLO								
CÓDIGO	ASIGNATURA	CREDITOS			HORAS			PRE REQUISITO
		CT	CP	TC	HT	HP	TH	
P-MA0101	Producción Agropecuaria	3.0	1	4	48	32	80	-
P-MA0102	Metodos Cuantitativos	3.0	1	4	48	32	80	-
P-MA0103	Economía para los Negocios	3.0	1	4	48	32	80	-
P-MA0104	Análisis del Mercado Agrario	3.0	1	4	48	32	80	-
TOTAL :		12.0	4.0	16	192.0	128.0	320.0	-
SEGUNDO CICLO								
CÓDIGO	ASIGNATURA	CREDITOS			HORAS			PRE REQUISITO
		CT	CP	TC	HT	HP	TH	
P-MA0201	Análisis de la Conducta del Consumidor	3.0	1	4	48	32	80	P-MA0103
P-MA0202	Análisis Multivarial	3.0	1	4	48	32	80	P-MA0102
P-MA0203	Marketing I	3.0	1	4	48	32	80	P-MA0104
P-MA0204	Mercados Agropecuarios de Exportación	3.0	1	4	48	32	80	-
TOTAL :		12.0	4.0	16	192.0	128.0	320.0	
TERCER CICLO								
CÓDIGO	ASIGNATURA	CREDITOS			HORAS			PRE REQUISITO
		CT	CP	TC	HT	HP	TH	
P-MA0301	Taller de Investigación I	3.0	1	4	48	32	80	-
P-MA0302	Marketing II	3.0	1	4	48	32	80	P-MA0203
P-MA0303	Políticas Agroalimentarias	3.0	1	4	48	32	80	-
P-MA0304	Finanzas de Agronegocios	3.0	1	4	48	32	80	P-MA0204
TOTAL :		12.0	4.0	16	192.0	128.0	320.0	
CUARTO CICLO								
CÓDIGO	ASIGNATURA	CREDITOS			HORAS			PRE REQUISITO
		CT	CP	TC	HT	HP	TH	
P-MA0401	Taller de Investigación II	3.0	1	4	48	32	80	P-MA0301
P-MA0402	Mercadotecnia para la Exportación	3.0	1	4	48	32	80	P-MA0302
P-MA0403	Dirección de Estrategia	3.0	1	4	48	32	80	P-MA0303
P-MA0404	Operaciones de Exportación	3.0	1	4	48	32	80	P-MA0304
TOTAL :		12.0	4.0	16	192.0	128.0	320.0	
TOTAL CRÉDITOS OBLIGATORIOS :		64.0						
Grado que se obtiene:								
MAESTRO EN MARKETING AGROALIMENTARIO								

**UNIVERSIDAD NACIONAL JOSE FAUSTINO SANCHEZ CARRION
ESCUELA DE POSGRADO**



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSE FAUSTINO SANCHEZ CARRION

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRIA EN MARKETING AGROALIMENTARIO

SUMILLAS

→ I CICLO

101. PRODUCCIÓN AGROPECUARIA

El curso pretende dar información de la situación agropecuaria a la luz de la situación económica actual del país. El objetivo del curso es capacitar a los participantes en el manejo de los factores básicos de la producción agropecuaria y metodología del control de calidad.

El desarrollo del curso se enfoca a temas como: El planeamiento de la siembra de los cultivos, labores culturales, manejo de insumos, sanidad, cosecha y oportunidades de mercado nacional e internacional.

En el área pecuaria, se desarrollara temas como: Aspectos de la Explotación y Conducción de Pastos y Alimentación del Ganado Vacuno para Leche y Engorde. En relación a los animales menores como porcinos, cuyes y aves, se capacitara ofreciendo las tecnologías disponibles para un manejo empresarial e intensivo.

102. MÉTODOS CUANTITATIVOS

Familiariza al alumno con los conceptos de funciones lineales, algebra matricial, calculo diferencial e integral. Optimización estática y dinámica. Estadística descriptiva e inferencial. Promedios, medidas de desviación, distribuciones normales, estándar, intervalos de confianza, histogramas, gráficos, gráficos de frecuencia, relaciones ente variables aleatorias, covarianza y coeficiente de correlación.

Prueba de hipótesis

Matemáticas Financieras: Interés simple, compuesto, nominal y real, la devaluación. Valor actual y futuro. Indicadores: VAN, TIR, etc. La amortización de préstamos (diversos métodos).

103. ECONOMÍA PARA LOS NEGOCIOS

Brinda una visión amplia de la economía, el énfasis del curso se orienta en primer lugar a mostrar herramientas conceptuales básicas que son indispensables para comprender el funcionamiento de las empresas y de los mercados en ámbitos de competencia y en el ámbito de mercados altamente regulados.

UNIVERSIDAD NACIONAL JOSE FAUSTINO SANCHEZ CARRION

ESCUELA DE POSGRADO

El desarrollo del curso muestra cómo opera la ley de la oferta y la demanda así como también el efecto de la política económica sobre el bienestar de la empresa y el consumidor, a través de los impuestos y el control de precios.

Los costos de producción, las empresas de competencia perfecta, monopolio, el oligopolio y la competencia monopolística son temas de especial interés que buscan orientar al participante en el mundo de los negocios.

Por otro lado, el análisis de los mercados de préstamos y de los tres principales precios macroeconómicos (tasa salarial, tipo de cambio y tasa de interés) son abordados en el marco de los impactos que estos tienen sobre el desempeño de la economía nacional y de la empresa.

104. ANÁLISIS DE MERCADO AGRARIO

Comprende el análisis de la oferta de productos agrarios, en relación a la diferenciación entre oferta y producción, Análisis estadísticos de la respuesta de la oferta. También se analiza el comportamiento de la demanda de productos agrarios, así como la formación de precios en base a diferencias en el tiempo y en el tiempo y en el espacio.

En este curso también se enfoca el comercio internacional de productos agrarios, con énfasis en las instituciones y agentes en el comercio internacional, así como las tendencias actuales en Europa, EE.UU. y América Latina, principales mercados de Destino.

→ II CICLO

201. ANÁLISIS DE LA CONDUCTA DEL CONSUMIDOR

Proporciona a los alumnos una visión sobre el concepto de marketing agro-alimentario, con énfasis en el marketing agrario y de productos alimentarios. También se enfoca aplicaciones básicas del marketing agro-alimentario. Por otro lado, se analiza el comportamiento del consumidor a partir de las tendencias en la demanda; tipologías de consumidores y la percepción del producto.

202. ANALISIS MULTIVARIAL

Es un curso de investigación de naturaleza teórico- práctica cuyo objetivo es desarrollar el tratamiento estadístico y matemático para el análisis multivariado y el análisis de series de tiempo de datos ambientales marinas y marino-costeras.

UNIVERSIDAD NACIONAL JOSE FAUSTINO SANCHEZ CARRION

ESCUELA DE POSGRADO

203. MARKETING I

En este curso se busca que el alumno aprenda a poner en práctica los elementos de marketing mix, así como sus correspondientes herramientas. Se estudian, a través de conferencias, casos prácticos y presentaciones activas de los alumnos, los temas referentes a la política de distribución, fuerza de venta, comunicación (publicidad y promociones), políticas de precios.

204. MERCADOS AGROPECUARIOS DE EXPORTACIÓN

Este curso pretende informar a los alumnos sobre el comportamiento de la demanda en cada uno de los principales mercados de destino de nuestras exportaciones, esto es, EE.UU., Europa, Asia y otros mercados. Por otro lado, este curso se orienta a mostrar cómo está distribuida la oferta de productos agropecuarios a nivel internacional, haciendo énfasis en lo relacionado a la producción agrícola.

El curso también se enfoca los componentes de la globalización de los mercados, el desarrollo del sistema agroalimentario y finalmente las estrategias de los distintos agentes en el contexto de la globalización.

→ III CICLO

301. TALLER DE INVESTIGACION I

Asesoramiento personalizado que se brinda para la elaboración de la tesis. Revisa el planteamiento de la estrategia para probar la hipótesis y el proceso de elaboración de los instrumentos de acopio de datos; el muestreo y sus clases. Orienta el trabajo de campo que debe realizarse. Culmina con la presentación de las evidencias que el graduando ha iniciado en el proceso de recolección de datos que le servirán para probar las hipótesis

302. MARKETING II

El objetivo de este curso, es que los participantes estén en capacidad de formular estrategias dirigidas al manejo de programas de marketing a corto, mediano y largo plazo; planificar y dirigir la implementación de programas integrales de marketing; diseñar mecanismos de control de los programas de marketing.

UNIVERSIDAD NACIONAL JOSE FAUSTINO SANCHEZ CARRION

ESCUELA DE POSGRADO

El curso se enfoca a desarrollar temas como: El proceso del marketing. Estrategias de segmentación. Estrategias de posicionamiento. Posturas competitivas. Planeamiento estratégico. Estrategias en el manejo de productos. Desarrollo de nuevos productos. Estrategias de precios. Estrategias de distribución. Fuerza de ventas.

303. POLÍTICAS AGROALIMENTARIAS

El objetivo de este curso, es que el alumno aprenda a evaluar las políticas agroalimentarias y el impacto de estas en las políticas nacionales e internacionales.

El contenido de este curso se orienta a mostrar cómo operan las instituciones en los mercados de productos agrarios. Así mismo, se enfatiza como operan las instituciones en los mercados de productos agrarios en los países en vías de desarrollo, con un estudio de casos.

Por otro lado se enfatiza la política agraria, los instrumentos que esta hace uso en los países desarrollados y en vías de desarrollo.

Finalmente se aborda la política alimentaria, tomando en cuenta la legislación pertinente. Los incentivos para garantizar la seguridad alimentaria y los sistemas de certificación. La comunicación de políticas alimentarias: nutrición, etiquetado y seguridad alimentaria.

304. FINANZAS DE AGRONEGOCIOS

Este curso brinda una visión amplia del tema de las Administración Financiera; en particular, se busca que los alumnos estén en la capacidad de comprender y mejorar las herramientas de Evaluación de Inversiones.

En el curso se enfoca la función financiera y la inversión de la empresa: Métodos de valoración y selección de proyectos de inversión. El riesgo y las decisiones de inversión. Las inversiones en activos reales y la estructura financiera de la empresa.

→ **IV CICLO**

401. TALLER DE INVESTIGACION II

Continúa el asesoramiento personalizado que se brinda para la elaboración de la tesis de maestría.

UNIVERSIDAD NACIONAL JOSE FAUSTINO SANCHEZ CARRION

ESCUELA DE POSGRADO

Revisa el proceso de presentación y análisis de los datos obtenidos. Culmina con la sustentación de la versión preliminar de la tesis de Maestría.

402. MERCADOTECNIA PARA LA EXPORTACIÓN

El objetivo de este curso, es que el alumno aprenda a diseñar planes y dirigir su implementación para productos con destinos internacionales.

El contenido de este curso se inicia mostrando de la mercadotecnia internacional, la influencia del entorno, el perfil por país, la investigación de mercado internacional, la estrategia de segmentación de mercado. Selección producto-mercado. Mezcla de mercadotecnia. Nichos y segmentos de mercado. Producto. Precio en los mercados internacionales. Promoción internacional.

403. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

El objetivo de este curso es, mostrar a los participantes, porque algunas organizaciones tienen éxito, mientras otras fracasan. Para ello se mostrar cómo se formulan e implementan estrategias empresariales, tomando en cuenta, la industria en la cual está ubicada la empresa, el ámbito geográfico donde se localiza, los recursos propios con que dispone y finalmente se tomara en cuenta las capacidades y estrategias.

El contenido se orienta a temas como: El proceso de Administración Estratégica. Análisis del Ambiente Externo. La Ventaja Competitiva: Recursos, Capacidades y Habilidades. El proceso de Selección de la Estrategia. La Implementación de la Estrategia. Evaluación y Control. El Recurso Humano en la Acción Estratégica. La Ética en los Negocios.

404. OPERACIONES DE EXPORTACION

La asignatura es de naturaleza teórico-práctico, respecto a las actividades y aspectos básicos de toda la Cadena Logística, que permita al alumno estar en capacidad de entender, diseñar e implementar estrategias del transporte internacional. Evaluar el comportamiento de las empresas nacionales para el comercio internacional frente a los cambios del mercado globalizado. Estimular actitudes éticas en su desempeño profesional como también desarrollar criterios en el desarrollo de las actividades empresarias en este campo, a fin de usar adecuadamente los recursos de una empresa.