

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

1 VISIÓN GENERAL

1.1 DATOS GENERALES

Programa: Tecnología Agroindustrial

Asignatura: Mercados y Comercio Exterior Agroindustrial

Semestre o nivel	Nº de Créditos	Horas Tutoría	Horas Independientes	Total Horas
04	3	30	114	144

1.2 INTRODUCCIÓN

Económicamente el mundo se vuelve más y más globalizado, integrado y competitivo. Conocer e identificar los elementos de los mercados, del mercadeo y del comercio exterior es indispensable, ya que todas las personas que trabajaran en el sector agropecuario y en el sector agroindustrial deben tener conocimientos y habilidades al respecto para satisfacer las necesidades de los clientes y para obtener resultados competitivos nacional e internacionalmente. Para lograr el desarrollo de las habilidades alrededor del mercadeo, se plantearán trabajos como la elaboración del plan de mercadeo con el objetivo de enfrentar al estudiante a situaciones reales del medio, entre otras actividades que le serán útiles para la aplicación de los conceptos tratados en cada unidad.

Los conocimientos, que el estudiante adquiera en el área de la gestión y de la economía, le servirán para gestionar de una manera mejor cualquier proyecto, producto, negocio u organización en el sector agropecuario o agroindustrial, será un curso complemento a los de formación técnica del área de agroindustria. Puesto que todo producto que se quiera elaborar de manera industrial o que sea extraído directamente del campo necesita gestionarse y mercadearse, con el fin de posicionarse, sostenerse y crecer en los mercados locales, nacionales o internacionales.



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

1.3 IMPORTANCIA

Este curso busca dar a conocer las teorías y prácticas utilizadas para la producción y venta y distribución de bienes y servicio en el sector agroindustrial. El tecnólogo agroindustrial debe conocer todo lo que tiene que ver con el mercadeo y comercio exterior por la sencilla razón que la economía nacional está pasando a configurar una economía mundial. Las fronteras se están abriendo cada vez más para los intercambios comerciales y la integración de cadenas productivas, superando los obstáculos que antes predominaban en este sentido por razones ideológicas, políticas y culturales

1.4 COMPETENCIAS (de egreso)

- Crea soluciones de mercadeo y comercialización que justifiquen el establecer o crear un proyecto, producto o servicio Agroindustrial o aumentar las ventas y las utilidades de uno o unos ya existentes.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 OBJETIVO GENERAL

- Suministrar el conocimiento que proporciona el desarrollo de las habilidades generales con respecto a los mercados, el mercadeo, la economía internacional y el comercio exterior para que el estudiante haga un buen uso de estos elementos con respecto a servicios productos agrícolas y pecuarios con el fin de que se haga un impulso mayor a este sector de la economía colombiana, logrando una mayor satisfacción de los clientes de mercados locales, regionales, nacionales e internacionales.

1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Corporación Universitaria Remington - Calle 51 51-27 Conmutador 5111000 Ext. 2701 Fax: 5137892. Edificio Remington

Página Web: www.remington.edu.co - Medellín - Colombia



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

- Adquirir conocimiento y habilidades a través del estudio de conceptos básicos que permitan la comprensión de la interrelación y el contexto de los mercados y su evolución.
- Clarificar los elementos de la estrategia y del plan de mercadeo con una mirada al sector agroindustrial.
- Familiarizar al estudiante con los elementos del comercio internacional y la participación de Colombia y del sector agroindustrial

1.6 REQUISITOS (de ingreso)

- Economía general.
- El manejo de las siguientes competencias básicas y fundamentales:
 - **Correcto uso del lenguaje materno.**
 - Comprender los textos escritos, dando cuenta del tema global y de los subtemas, identificando y jerarquizando las unidades de información semántica que los estructuran, interpretando la información explícita e infiriendo la información implícita, atribuyendo valores y reflexionando a partir del significado de lo que lee en una amplia gama de textos.
 - Seleccionar, jerarquizar, analizar y relacionar la información.
 - Comunicar las ideas en forma oral y escrita, sabiendo estructurar y presentar el trabajo académico, habiendo alcanzado un nivel ortográfico aceptable, manejando adecuadamente la puntuación, haciendo uso de



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

una importante disponibilidad léxica, usando correctamente las estructuras gramaticales-oracionales.

➤ **Compromiso con su proceso educativo.**

- Tener conciencia de que su rol como estudiante no se reduce a recibir pasivamente la información y demostrar poseerla en una prueba, sino que debe ser parte activa del continuo proceso de enseñanza y aprendizaje.
- Comprender que el conocimiento no es una colección de hechos ni tiene un carácter meramente cuantitativo.
- Considerar al docente o tutor como facilitador del proceso de aprendizaje y no como fuente de transmisión de esos saberes.
- Reflexionar acerca de su actitud frente a la adquisición del conocimiento y adecuar sus tácticas y estrategias de estudio a los requerimientos universitarios, mostrando autonomía a la hora de organizar su dedicación al proceso de aprendizaje.
- Tener autonomía y criterio propio para obtener, procesar e integrar información proveniente de fuentes diversas, entendiéndolo como un enriquecimiento del proceso de enseñanza y aprendizaje.



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

➤ **Capacidad de integrar diferentes enfoques.**

- Considerar las diferentes opiniones (incluso, sobre un mismo tema) como fuente de enriquecimiento intelectual propio del conocimiento universal y de la enseñanza universitaria y no como una falla del sistema educativo que denunciaría incoherencias y debilidades.
- Saber trabajar en equipo, siendo parte activa del mismo, propiciando el diálogo, el acuerdo y la cooperación.
- Reconocer el carácter dinámico de los saberes, relativizando algunas certezas, reconociendo preconceptos errados y modificándolos a la luz del nuevo conocimiento.



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

1.7 ESQUEMA

Área		Nivel de Formación		Objetivos					
Global	Específica			General		Específicos			
Administración	Goeconomía	X	Perceptual		Explorar		Explorar		
				X	Suministrar		Describir		
			Aprehensivo		Comparar	X	Adquirir		
					Analizar	x	Clarificar		
			Comprensivo		Explicar		Explicar		
					Predecir		Predecir		
					Proponer	X	Familiarizar		
			Integrativo		Modificar		Diseñar		
					Utilizar		Identificar		
					Evaluar		Evaluar		
		Indicadores Metodológicos							
		Propósito de Formación		X	Fundamentación conceptual				
X	Fundamentación procedimental								
X	Aplicación en el saber específico								
Competencias a Desarrollar		X	Interpretativas						
		X	Argumentativas						
		X	Propositivas						
Uso del Conocimiento			Capacidad para representar						
			Capacidad para reconocer equivalencias						
		X	Capacidad para recordar objetos y sus propiedades						
Uso de Procedimientos		X	Habilidad y destreza para usar equipos						
		X	Habilidad y destreza para usar procedimientos de rutina						
			Habilidad y destreza para usar procedimientos complejos						

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

2 UNIDADES

2.1 UNIDAD I - INTRODUCCIÓN A LOS MERCADOS CONCEPTOS

En esta unidad se aclararán los términos mercado, oferta, demanda, factores que intervienen en la demanda, factores que intervienen en la oferta, precio, equilibrio del mercado, precio "justo", concurrencia perfecta, falla de mercado, economía de mercado, economía dirigida, mano invisible, Pareto óptimo, entre otros.

En un sistema que está basado en mercados (sistemas capitalistas occidentales) un mercado es el lugar donde se "encuentran" la oferta (vendedores) y la demanda (compradores) para un producto o servicio.

Se analizará a través de los siguientes temas:

- **Tema 1 - Conceptos generales y terminología en comercialización.**
- **Tema 2 - Mercados, mercadeo, comercialización, marketing y mercadotecnia.**
- **Tema 3 - La Administración y la gerencia de mercadeo.**

2.2 UNIDAD II - ESTRATEGIA Y PLAN DE MERCADEO

En este capítulo se tratarán temas como: El concepto de marketing estratégico, El plan de marketing en la empresa, Los pasos para elaborar un plan de mercadeo, Elaboración y selección de estrategias, Sistemas de control y plan de contingencias, Producto y Precio, la marca, canales de distribución, La publicidad, entre otros.

Se analizará a través del siguiente tema:

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

- **Tema 1 - Producto, precio, plaza, promoción y venta.**

- ✓ Estrategias de producto y fijación de precios.
- ✓ Distribución: márgenes y canales de comercialización.
- ✓ Publicidad y promoción de ventas.
- ✓ Comportamiento del consumidor.

2.3 UNIDAD III - SISTEMAS DE COMERCIO INTERNACIONAL

En este capítulo se tratarán temas como: La evolución de las teorías de la economía internacional, El mercantilismo, Estudio producto / mercado internacional, La situación de Colombia, Exportaciones e importaciones, La integración económica, TLC, Tipo de cambio y mercado de divisas, La balanza de pagos y balanza comercial.

Se analizará a través de los siguientes temas:

- **Tema 1 - Teoría económica internacional.**
- **Tema 2 - Estudio producto / mercado internacional.**
- **Tema 3 - Bloques comerciales y económicos.**
- **Tema 4 - Posición colombiana en el mercado mundial (ATPA, ALCA Y TLC).**
- **Tema 5 - Legislación vigente en Comercio Exterior Colombiano.**

Corporación Universitaria Remington - Calle 51 51-27 Conmutador 5111000 Ext. 2701 Fax: 5137892. Edificio Remington

Página Web: www.remington.edu.co - Medellín - Colombia



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

- **Tema 6 - Tipo de cambio y mercado de divisas.**
- **Tema 7 - Balanza de pagos y balanza comercial.**
- **Tema 8 - Globalización.**

3 RESUMEN

3.1 RELACIÓN CON OTROS TEMAS

Fundamentos de administración, Economía general, Estadística, matemáticas, calculo, Mentalidad emprendedora, Evaluación de proyectos Agroindustriales

3.2 FUENTES

3.2.1 Fuentes bibliográficas

- CESPEDES S Alberto. (2005): Principios de Mercadeo. 4^o edición. Bogotá; Ecoe. 463 Pág.
- HOWWARD, John A. (1979): Administración de Mercadotecnia. México: diana. 640 Pág.
- KOTLER, P. (2003): Dirección de mercadotecnia. Madrid: Prentice Hall. 813 Pág.
- KOTLER, P. (2005): las preguntas más frecuentes sobre el marketing. Bogotá: Norma. 228 Pág.



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

- STANTON, W. (2004): Fundamentos de mercadeo. 13. edición. Bogota: McGraw Hill. 764 Pág.

4 METODOLOGÍA

4.1 PRESENCIAL

Exposición dialogada: Se realizará en forma expositiva con participación o aporte de los estudiantes según su experiencia y saber.

Exposición de casos: Serán sesiones en las cuales se toman o llevan casos para debate en el aula y propenden por construcciones dialógicas participativas.

Talleres e informes colectivos.

4.2 DISTANCIA

Los medios

Textos: Participan todos los escritos de actualidad que revistan de interés para la participación, documentación y análisis que enriquezcan el aporte al tema geoeconómico. Algunos textos recomendados son: Revista Semana, Revista Poder, Revista Dinero, Revista América Economía, Diario Portafolio, Diario La República entre otros.

Enlaces Bibliográficos: Las publicaciones antes mencionadas, que también se hallan en medio digital, más fuentes de información como el FMI, la ONU, el Foro Económico Mundial, la Heritage Foundation, la CIA world factbook, el Index of Economic Freedom, entre otros, constituyen deseables enlaces para hallar información concerniente a temas de Geoeconomía.

Tecnológicos: se utilizan los recursos audiovisuales que posea el Centro de Atención Tutorial (CAT) para ver información en video, audio o virtual.



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

Las mediaciones

Las mediaciones establecidas en La Corporación Universitaria Remington, para el desarrollo de los procesos de aprendizaje a distancia son las siguientes:

Tutoría Presencial: Se realizarán de acuerdo a previa concertación con los estudiantes y de acuerdo con la complejidad del tema o asunto a tratar en el desarrollo del módulo.

Tutoría Virtual: Dadas las características muy actuales del módulo, será la columna vertebral sobre la que se establezca el desarrollo del mismo, en consonancia con la utilización de canales digitales para la interacción tutor y estudiante.

5 EVALUACIÓN

Se describe de acuerdo al sistema evaluativo de la CUR con los posibles porcentajes.

El proceso de evaluación para la Tecnología Agroindustrial en sus asignaturas de modalidad a distancia, tiene como propósito principal la aprensión del conocimiento, por esto es relevante el concepto previo con que llegan nuestros aprendices, para al finalizar la asignatura poder medir los conocimientos con los que han logrado culminar y las competencias que desarrolló que le permitirán ser aplicadas en su vida laboral y personal.

Cumpliendo con los parámetros de evaluación de la Corporación Universitaria Remington, debemos tener muy en cuenta la autoevaluación y coevaluación, es por esto que del 100% de la evaluación esta corresponde al 10%.

Quedando el proceso de evaluación en las asignaturas de esta tecnología distribuidos a

MOMENTO EVALUATIVO	PORCENTAJE	TIPO DE EVALUACIÓN
Primer parcial:	20%	Prueba escrita, ejercicios por tema, prueba final de la unidad y actividad de cada unidad.

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

Segundo parcial:	20%	Informes de visitas, de laboratorios, talleres en las tutorías presenciales, trabajos en grupo.
Seguimiento:	30%	Consultas, trabajos de seguimiento, durante todo el curso.
Co evaluación:	10%	Actitud y aptitud frente a la asignatura. Autoevaluación y coevaluación
Final:	20%	Trabajo final, con aplicación a la Tecnología Agroindustrial o a experiencias laborales y Exposición del trabajo final, ante el grupo.

El promedio aritmético de las calificaciones obtenidas en los procesos evaluativos señalados, dará el resultado definitivo del desempeño académico de la asignatura.

