



ECONOMÍA AGRÍCOLA

I. DATOS GENERALES

Unidad Académica:	Departamento de Suelos
Programa Educativo:	Ingeniero Agrónomo Especialista en Suelos
Nivel educativo:	Licenciatura
Área de conocimientos:	Manejo y Conservación de Suelos y Agua
Asignatura:	Economía Agrícola
Clave:	1996
Créditos:	3
Carácter:	Obligatorio
Tipo:	Teórico
Prerrequisitos:	Sociología
Profesor:	Dr. Fermín Jaimes Albíter
Ciclo escolar:	2008 – 2009
Año:	6°
Semestre	Segundo
Horas teoría/semana:	3
Horas tiempo independiente:	1.5
Horas totales/semana:	3
Horas totales/semestre:	48

II. INTRODUCCIÓN

La asignatura de Economía Agrícola se ubica, en el segundo semestre de cada ciclo escolar y está dirigido a los alumnos del Sexto año de la Especialidad de Suelos. Corresponde a una materia básica del plan de estudios, de carácter teórico que permite al estudiante comprender los procesos administrativos y organizativos del ámbito agrícola.

La asignatura tiene una relación vertical con las materias de Experimentación Agrícola y Estancia Preprofesional y de manera horizontal con Prácticas de la Ciencia del Suelo y Cartografía de Suelos.

El curso se desarrollará mediante sesiones de exposición de los temas de manera oral por parte del profesor y mediante la elaboración de trabajos y tareas por parte de los alumnos; por lo cual solo se ha de evaluar la teoría a través de exámenes, tareas, un trabajo final y participación en clase.



III. PRESENTACIÓN

El mundo actualmente está pasando por profundas transformaciones tecnológicas, sociales, políticas y económicas las cuales van marcando las características sobresalientes del mundo del siglo XXI, o sea la globalización de la economía mundial, cuya orientación está enfocada hacia sistemas liberales con economía de mercado abiertos para el comercio internacional impulsando el comercio interregional rompiendo en alguna medida las diferencias particulares que existen en las barreras, al comercio internacional, etc. Esto es la realidad actual que incide en la dirección futura del mundo contemporáneo y por consiguiente en el desarrollo económico de los países.

Los estudiantes de Economía Agrícola deben analizar el comportamiento del mercado y pronosticar su desarrollo futuro utilizando las técnicas más modernas de análisis de mercado.

En el contexto de globalización de la economía mundial, de apertura económica, de los compromisos contraídos con el TLC y con un sector agrícola en franca desventaja, hacen prioritaria la formación de profesionistas que vinculen e incorporen el sector agrícola a este nuevo marco económico, que identifiquen los problemas a los que se enfrenta el sector para alcanzar un nivel de productividad que lo haga competitivo frente a los países competidores, no con el afán único de transformar a todo el sector en exportador, o de preocuparse únicamente de aquellas regiones y/o productos con potencial comercial de exportación, sino que este incremento de productividad y calidad deberá enfocarse también en el mercado interno con los productos importados, tratando de que nuestros productos sean de igual o mejor calidad y se ofrezcan a un mejor precio que los exteriores. Es decir, tener presente la importancia de satisfacer un creciente mercado interno que demanda cantidad, calidad y diversidad de productos a precios accesibles. Por lo que no podría hablarse de la economía actual sin hablar de los mercados. En ese sentido podría sencillamente hablarse de la economía en general que incluye inevitablemente la existencia de los mercados, especialmente luego del derrumbe de los sistemas socialistas no cayó solamente una estructura de bloques de hormigón, sino la última barrera para que la economía de mercado se extendiera por todo el mundo y se hablara, a partir de ello, de la economía a nivel mundial que vincula a los diferentes países y empresas.

IV. OBJETIVO GENERAL

Identificar los elementos de la agricultura que es la base de sustentación alimenticia, así como relacionar la teoría económica y el instrumental cuantitativo y analítico para proponer escenarios de solución a la problemática del sector agrícola.

Identificar los conocimientos teórico-básico del contexto social y económico del país y mundial para comprender las políticas de economía agrícola.



V. CONTENIDO

Unidad 1. Definiciones y Análisis de: (9 h)

Objetivo

Analizar los conceptos generales de la Economía Agrícola para describir las generalidades del complejo sistema económico.

Contenido

- 1.1. Economía
- 1.2. Economía agrícola
- 1.3. Necesidades y deseos de la sociedad
- 1.4. Problema que enfrenta toda sociedad y posible solución
- 1.5. Sistema económico

Unidad 2. La Teoría de la Demanda (9 h)

Objetivo

Describir la teoría de la demanda para determinar los factores principales que inciden sobre la misma dentro del mercado de la producción agrícola.

Contenido

- 2.1. Definición de la demanda
- 2.2. La demanda del consumidor individual
- 2.3. La demanda de mercado de producción agrícola
- 2.4. La ley fundamental a la demanda
- 2.5. Factores determinantes de la demanda
- 2.6. Efectos en la demanda, como resultado a los cambios en sus factores determinantes.
- 2.7. Elasticidades de la demanda
- 2.8. Coeficientes de las elasticidades de la demanda y su interpretación económica.

Unidad 3. La Teoría de la Oferta (10 h)

Objetivo

Describir la teoría de la oferta para determinar los factores principales que inciden sobre la misma dentro del mercado de la producción agrícola.

Contenido

- 3.1. Características de la producción agrícola
- 3.2. Definición de la oferta



- 3.3. La oferta del productor agrícola individual
- 3.4. La oferta de mercado de productos agrícolas
- 3.5. La ley fundamental de la oferta
- 3.6. Factores determinantes de la oferta
- 3.7. Efectos en la oferta, como resultado a los cambios en sus factores determinantes.
- 3.8. Elasticidades de la oferta
- 3.9. Coeficientes de las elasticidades de la oferta y su interpretación económica

Unidad 4. El mercado (10 h)

Objetivo

Clasificar el mercado de los productos agrícolas para explicar la relación entre oferta, demanda y punto de equilibrio con el mismo.

Contenido

- 4.1. Definición de mercado
- 4.2. Clasificación de mercados
- 4.3. Demanda y oferta en el mercado
- 4.4. El precio de equilibrio
- 4.5. Definición del precio de equilibrio
- 4.6. Exceso de demanda
- 4.7. Exceso de oferta
- 4.8. Formación de un mercado

Unidad 5. La Comercialización de Productos Agrícolas (10 h)

Objetivo

Explicar la comercialización de productos agrícolas mediante diferentes enfoques para definir los márgenes y canales de comercialización.

Contenido

- 5.1. Definición de la comercialización de productos agrícolas
- 5.2. Utilidades agregadas o añadidas a los productos agrícolas
- 5.3. Los tres enfoques del análisis de procesos de la comercialización
- 5.4. Enfoque por producto
- 5.5. Enfoque institucional
- 5.6. Enfoque funcional
- 5.7. Utilidad de los enfoques
- 5.8. Canales de comercialización
- 5.9. Márgenes de comercialización



VI. METODOLOGÍA

El curso se desarrollará mediante sesiones de exposición de los temas de manera oral por parte del profesor y mediante la elaboración de trabajos y tareas por parte de los alumnos; por lo cual solo se ha de evaluar la teoría a través de exámenes, tareas, un trabajo final y participación en clase.

V. EVALUACIÓN

Dos exámenes parciales	80%
Asistencia a clase, trabajo final	<u>20%</u>
Calificación Total	100%

VI. BIBLIOGRAFÍA

Barrera Islas, D. Metodología para el Análisis de Mercado Agropecuarios. Ed. Colegio de Postgraduados, Chapingo, México.

Caldentey Albert, P. 1979. Comercialización de productos Agrarios. Editorial Agrícola Española. Capítulo VII. Pág. 108.

Campbell K. P. Longworth, J.W. 1970. Economía agrícola fundamentos de Agricultura Moderna-5 Ed- ADROS-Barcelona, Barcelona España La edición.

Correa R. F. 2007. Evaluación económica de impactos ambientales. U. de Colombia. Colombia.

Estrada Hernández, J. 1978. Apuntes de Clase de Curso de Mercados, Precios y Comercio Internacional Traducción y adaptación del libro: Markets, Prices and Interregional Trade. De Raymond, G. Bressler Jr. and Richard A. King John Wiley and Sons, Inc. Y. M. Capítulo II.

Ferguson, C. E. 1969. Teoría Microeconómica. Ed. Fondo de Cultura.

García Mata Roberto. 1990. Notas sobre mercados y comercialización de productos Agricultura Edo. Colegio de Postgraduados. Centro de Economía, Chapingo, Méx.

Henderson J.M. y Quant R.E. 1968. Teoría Microeconómica. Editorial Ariel, Barcelona, España.

Joshua B. S.P. 2006. La venta de servicios ambientales forestales. AGT. México.

Kotler Philip. 1993. Mercadotecnia. Ed. Prentice-Hall Hispanoamericano S.A. México 3ª Edición.



Miller G.T. 2007. Ciencia ambiental, desarrollo sostenible. AGT. México.

Servicio Nacional de Información de Mercados. 1996. Comercio Semanal el Mercado de Frutas y Hortalizas en la Central de Abastos del D.F. Diferentes Semanas. 1996.

Schoell y Guiltinan. 1991. Mercadotecnia (Conceptos y Prácticas Modernos). Ed. Prentice-Hall Hispanoamericano S.A. México 3ª. Edición.

Lectura de la Noticias Económicas, Financiera, Agropecuarias de los Diferentes Periódicos de Circulación Diaria.