

**Nombre del Curso:**

Mercadotecnia Moderna en Agronegocios

**Características del curso:**

El desarrollo técnico, social y económico de los últimos años, han ubicado a la mercadotecnia en el centro de todas las actividades de la empresa moderna. Se ha reconocido el hecho que con frecuencia, la diferencia entre el fracaso y el éxito lo constituye una estrategia de mercadotecnia efectiva. Por esta razón, el tema atrae no solo a compañías comerciales, sino también a instituciones sociales y organizaciones si fines de lucro y el sistema de agronegocios no es una excepción al tema.

La mercadotecnia surge como una necesidad para agilizar, racionalizar y aumentar la productividad de todo sistema, convirtiéndose en una herramienta de diferenciación competitiva para la empresa moderna en general y para el agronegocio en particular. El mercadeo moderno no debe ser considerado como un instrumento para aumentar las utilidades, si se aplica, o para disminuirlas, si no se aplica, lo cual al fin y al cabo, resulta un factor secundario dentro del proceso productivo. La gestión del mercadeo encuentra sus fundamentos en una filosofía de acción valida para toda organización al servicio de los clientes.

**Objetivos generales de aprendizaje:**

Que el alumno comprenda la importancia de la mercadotecnia especializada en agronegocios y su aplicación a proyectos específicos y pueda identificar los aspectos que son críticos para lograr el éxito a corto y largo plazo.

**Contenido Temático**

<b>Temas y subtemas de cada unidad:</b>	<b>Horas</b>
1. Procesos agroindustriales y sus enfoques en nuevos contextos de competencia.	4
2. Metodologías y principios de analisis de necesidades y potenciales de mercados y clientes para productos de agronegocios en el presente y en el futuro.	6
3. Estrategias y metodologias modernas de mercadotecnia efectiva en agronegocios de mercados locales e internacionales.	6
4. Aspectos críticos en la mercadotecnia de agronegocios y su influencia a logros y éxitos de corto y largo plazo.	4
5. La mercadotecnia como una necesidad para agilizar, racionalizar y aumentar la productividad de los sistemas en los agronegocios.	4
6. La mercadotecnia como una herramienta de diferenciación competitiva para la empresa moderna en general y el agronegocio en particular.	4
7. La mercadotecnia y su aplicación en empresas de Israel. Estudio y análisis de casos.	4
8. Planes estratégicos y tácticos de mercadotecnia, principios y aplicación. Las relaciones entre actividades que se realizan actualmente y lo que se necesita hacer en el futuro.	4

**Nombre del Curso:**

El Agua y su influencia al Desarrollo de Agronegocios

**Características del curso:**

Este curso presenta los conceptos, terminología y métodos de trabajo referentes al agua para aplicarlos en diferentes situaciones, con el fin de familiarizar al futuro profesional con el papel del agua en el marco del agronegocio globalizado, ya que el 80% del agua dulce aprovechada se usa en riego agrícola, es decir, el agua es el factor crítico en el agronegocio.

**Objetivos generales de aprendizaje:**

Otorgarle al alumno las herramientas específicas en el tema del agua para que pueda desempeñarse con éxito en el mundo globalizado de los agronegocios y capacitarlo para integrarse en el mercado de trabajo en el rol que elija: empresario start-up, administrador de un negocio en marcha, regulador estatal, investigador-científico, asesor económico-financiero del sector, etc. Asimismo, proveerle las bases para continuar estudios especializados en el tema del agua, si así lo decidiera.

**Contenido Temático**

<b>Temas y subtemas de cada unidad:</b>	<b>Horas</b>
1. El recurso del agua en el desarrollo agrícola: Oferta de agua por calidad, cantidad, disponibilidad temporal, almacenamiento, demanda de agua por los cultivos y la agroindustria.	4
2. Uso del agua en la producción agrícola.	2
3. Sistemas de riego: superficie, presión, goteo, etc.	2
4. Ejemplos de agroclimas similares a Baja California.	3
5. Regulación de corrientes y productivización, inyección a acuíferos del agua sobrante en la época de lluvia.	2
6. Salinización y contaminación industrial del recurso agua: ejemplos de casos en la agricultura antigua y moderna.	3
7. Tratamiento y reuso agrícola de aguas residuales.	4
8. Casos y ejemplos de modelos cuantitativos y económicos. Análisis de sensibilidad, estudios comparativos y cálculos de rentabilidad.	3
9. El agua en el marco del proceso de la certificación. Casos de exportación a la Unión Europea, Estados Unidos, Japón y otros países.	3
10. El agua en el marco de la agricultura biológica / orgánica. Definiciones, requerimientos ambientales, comercialización.	3
11. El uso del agua en los agronegocios - definición de agua potable, requerimientos de calidad, efluentes permisibles, conservación y reuso.	4
12. Agua y ambiente desde la perspectiva de los agronegocios.	3