

Mar del Plata, 30 de octubre de 2020.-

RESOLUCIÓN DEL RECTORADO N° 360/20

VISTO:

La nota presentada por el Sr. Apoderado Legal del Centro de Educación Superior FASTA Catamarca y el Director General del Centro de Capacitación de la Universidad FASTA (CECAUF) por la cual solicita la aprobación del curso de extensión “*Diplomatura en Gestión y Administración Agropecuaria*”;

CONSIDERANDO:

Que la Universidad y los Centros de Estudios Superiores de FASTA han establecido mecanismos conjuntos para desarrollar programas de capacitación;

Que se han expedido favorablemente el Vicerrectorado Académico y la Secretaría General;

Que, en función de lo precedentemente, la propuesta en consideración ha cumplido con los trámites y recaudos internos de contralor y aprobación;

Por ello, y en uso de las facultades que le confiere el Estatuto Universitario

EL RECTOR DE LA UNIVERSIDAD FASTA DE LA FRATERNIDAD DE AGRUPACIONES SANTO TOMÁS DE AQUINO

RESUELVE:

Artículo 1°.- APROBAR el curso de extensión en “*Diplomatura en Gestión y Administración Agropecuaria*”, bajo la modalidad a distancia, con una duración de 420 horas reloj, de conformidad con la propuesta presentada por el Sr. Apoderado Legal del Centro de Educación Superior FASTA Catamarca y el Director General del Centro de Capacitación de la Universidad FASTA (CECAUF) que obra como ANEXO de la presente Resolución.

Artículo 2°.- Dese a conocer, entréguese copia a los interesados y archívese.



PROF. MARCELA S. GRECA DE DIACIAGLIA
SECRETARIA GENERAL
UNIVERSIDAD FASTA



DR. JUAN CARLOS MENA
RECTOR
UNIVERSIDAD FASTA

ANEXO RESOLUCIÓN DEL RECTORADO N° 360/20

Curso de Extensión: “Diplomatura en Gestión y Administración Agropecuaria”

Entidad capacitadora

Centro de Capacitación y Transferencia del CES FASTA / Universidad Fasta

Justificación

Las empresas agropecuarias enfrentan desafíos en entornos cambiantes. El sector, como otros, se ve atravesado por avances tecnológicos que generan la necesidad de permanente actualización a productores, sector público de apoyo y administradores de las empresas agropecuarias.

La capacitación y actualización en gestión y administración agropecuaria se constituye como un factor clave para contar con herramientas para la toma de decisiones que contribuyan a la competitividad del sector.

Objetivos

Se espera que, con el desarrollo de esta Diplomatura, se adquieran y fortalezcan capacidades para la *asistencia, organización y gestión de establecimientos del sector agropecuario*, desde un perfil de *manejo gerencial y/o de consultoría*.

La diplomatura se organiza en tres Módulos que favorecen el desarrollo de capacidades asociadas a la posibilidad de diseñar, implementar y controlar la administración y gestión agropecuaria. **Los mismos también pueden ser abordados como cursos de 140 hs. independientes entre sí:**

Destinatarios

- Productores agropecuarios
- Responsables y personal de gestión, organización y control de empresas agropecuarias
- Técnicos y personal de instituciones públicas que participan de planes y/o proyectos vinculados al sector agropecuario
- Profesionales del área que quieran profundizar sus competencias en gestión y administración agropecuaria

- Estudiantes de carreras agropecuarias y afines
- Personas que se quieran adentrar en la gestión y administración agropecuaria

MÓDULO 1: LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN UN PROYECTO AGROPECUARIO:

Busca potenciar el desarrollo de capacidades orientadas a la *organización y gestión de establecimientos agropecuarios*.

Para ello, se brindan herramientas que permiten *administrar, analizar, planear y organizar empresas agropecuarias*, buscando un perfil de manejo gerencial de la **explotación y de los procesos productivos, en el marco de un contexto de cambios tecnológicos y de mercados.**

Siguiendo una secuencia de reflexión en torno a:

- 1.1.- El conocimiento del sector agropecuario
- 1.2.- El conocimiento de los elementos centrales de la Administración Agropecuaria
- 1.3.- Las herramientas para poder realizar un diagnóstico

Al finalizar el módulo 1 el alumno estará en condiciones de elaborar el PLAN ESTRATÉGICO del proyecto agropecuario que haya seleccionado.

MÓDULO 2: ELABORACIÓN DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN AGROPECUARIO

Durante el desarrollo del Módulo 2, se buscará atender los *principios claves de la Economía Agraria*, sin escapar la mirada a la importancia del sector agropecuario en el desarrollo económico local, regional y nacional.

Al mismo tiempo, se analizarán los *principios microeconómicos de la unidad productiva*, con énfasis en los costos e ingresos en la producción y su vinculación, identificando los factores y características de los mismos y su importancia en la eficacia, eficiencia y pertinencia en los distintos modelos de producción

Siguiendo una secuencia de trabajo en torno a:

1. El abordaje del sector agropecuario desde una dimensión económica
2. El acercamiento al contexto local y regional del proyecto
3. El cálculo de costos y la elaboración de presupuestos

Al finalizar el Módulo 2, cada alumno tendrá las herramientas para abordar el PROYECTO DE INVERSIÓN del proyecto agropecuario seleccionado

Módulo 3: DESARROLLO DE UN PLAN DE MARKETING DE UN PROYECTO AGROPECUARIO

El Módulo 3, permite al alumno adentrarse en el *conocimiento del Sistema Agroalimentario*, lo que incluye abordar los procesos productivos agropecuarios, la la provisión de insumos, la agroindustrialización y la distribución hacia el consumidor final.

Este enfoque, bajo el concepto de cadenas, estableciendo las funciones y las utilidades de cada actor, permitirá no solo profundizar conocimiento sino orientar las decisiones con enfoque empresarial en el desarrollo de productos, mercados y oportunidades de negocios:

1. Abordando conceptos de comercialización agropecuaria
2. Manejando estrategias de marketing en contexto agropecuario
3. Conociendo las cadenas y sus funciones

Finalizado el Módulo 3, el alumno estará en condiciones de elaborar un *PLAN DE MARKETING* del proyecto agropecuario seleccionado

Requisitos de ingreso

Para la certificación: secundario completo o mayores de 25 años (Artículo 7mo Ley de Educación Superior)

Programa y contenidos mínimos

MÓDULO 1 LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN UN PROYECTO AGROPECUARIO

Unidad 1 CONOCIENDO EL SECTOR

La actividad agropecuaria desde la perspectiva de la administración

Administración Agropecuaria. Concepto, relación con otras disciplinas agronómicas. Características del negocio agrícola. Aspectos básicos de la contabilidad de la empresa. Los factores de producción agropecuaria: tierra; trabajo; capital y tecnología. La tierra. Su importancia como factor de producción; de renta. Valor económico y de mercado. Distribución y uso. El Trabajo. Salario.

Unidad 2

ACERCAMIENTO A LA ADMINISTRACIÓN AGROPECUARIA

La administración en la gestión de la empresa agropecuaria. Métodos de administración. El trípode Estrategia – Estructura y Cultura. Estrategia: características. Estrategia y Táctica. Estrategia Competitiva de Porter (fuerzas

competitivas y cadena de valor).

Unidad 3

ABORDANDO EL DIAGNÓSTICO

Análisis FODA, Marco Teórico. Análisis de escenarios, Riesgos climáticos, productivos de mercado, Riesgo e incertidumbre. Ambiente externo y externo. Relevamiento y análisis del sector Interno. Estructura organizacional. Planificación estratégica. Sistema de comunicación. Sistema de información. Cultura y liderazgo. Análisis económico financiero. Análisis horizontal y vertical
Relevamiento y análisis del sector externo Análisis del entorno

Unidad 4

ELABORANDO UN PLAN ESTRATÉGICO

Administración estratégica. Visión, Misión y Valores de la administración. La cultura como identidad de una organización. Cultura y aprendizaje. Comunicación y Negociación en las organizaciones. Liderazgo. Motivación. Desarrollo y cambio organizacional.

La Propuesta: Planificación estratégica Identificación de las variables de mayor impacto. Análisis de escenarios futuros. Factores claves de éxito Objetivo estratégico general

MÓDULO 2

ELABORACIÓN DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN AGROPECUARIO

Unidad 1

ABORDANDO EL SECTOR AGROPECUARIO DESDE UNA DIMENSIÓN ECONÓMICA

Introducción a la Economía. La Economía como Ciencia Positiva y Normativa. Macroeconomía y Microeconomía. Indicadores y variables macroeconómicas. La Contabilidad Nacional y la Balanza de Pagos. El producto nacional, el P. B. I. y la renta nacional. Consumo; ahorro; inversión y gasto público.

Unidad 2

ACERCÁNDONOS AL CONTEXTO LOCAL Y REGIONAL DEL PROYECTO

La economía agraria argentina. Características, evolución- Participación del sector agropecuario en el desarrollo económico argentino. Evolución. Regionalización, diferenciación entre región pampeana y extra pampeana, principales características. Otras regionalizaciones. Tipos de productores y de producciones. Diferencias de tipos de producción según regiones. Transformaciones recientes y futuras

Unidad 3**CALCULANDO COSTOS Y ELABORANDO PRESUPUESTO**

Elementos de microeconomía. Conceptos básicos en la determinación de precios; oferta; demanda y punto de equilibrio. Costos e ingresos de las explotaciones agrícolas. Renta de la tierra. El Capital Agrario: clasificación del capital. Criterios y formas de valuación del capital. Costos de producción. Costos directos e indirectos. Gastos de estructura. Medidas de resultado: Margen Bruto, componentes y mecanismos de elaboración. Beneficio Bruto, Beneficio Neto. Rentabilidad. Análisis de sensibilidad.

Unidad 4**ELABORANDO EL PROYECTO DE INVERSIÓN**

Formulación de proyectos de inversión. Evaluación financiera: aspectos fundamentales. Proyecciones. Situaciones con y sin proyecto. Diferencias con respecto al cálculo de costos de producción. Método de actualización de valores. Etapas de la evaluación: costos y beneficios, beneficio neto y beneficio incremental neto. Determinación del flujo de fondos.

MÓDULO 3**DESARROLLO DE UN PLAN DE MARKETING DE UN PROYECTO AGROPECUARIO****Unidad 1****ABORDANDO CONCEPTOS DE COMERCIALIZACIÓN AGROPECUARIA**

Enfoques de comercialización. Estructura y tipos de mercados Importancia del sector agropecuario argentino y regional. Particularidades del negocio agropecuario.

Misión, Visión y Objetivos de la empresa.

Unidad 2**MANEJANDO ESTRATEGIAS DE MARKETING EN CONTEXTO AGROPECUARIO**

Introducción al marketing. Concepto de Marketing, Herramientas de Marketing

Segmentación de Mercado y Decisiones de Posicionamiento. El Producto -Denominación de Origen, Tipos; Commodities y Specialities. Situación en nuestra región. Diferenciación de Productos Agropecuarios. Comportamiento del Consumidor. Tendencias en Hábitos de Consumo de Alimentos. Distribución Gestión del Canal de Distribución Estrategias de Distribución Marketing en el Punto de Venta. Precio Definición de Precio. Objetivos de Fijación de Precios. Márgenes de comercialización en Cadenas Agroindustriales

Unidad 3

CONOCIENDO LAS CADENAS Y SUS FUNCIONES

Las Cadenas de Valor: Aspectos Teóricos y Conceptuales Estructura de las Cadenas de Valor Análisis de Sistemas Funciones del Mercado Agrícola. Marketing en cada nivel de la Cadena. Estrategias referidas a precio, producto, distribución, promoción y publicidad.

Unidad 4

ELABORANDO UN PLAN DE MARKETING

El plan de marketing: sus componentes. Dimensión estratégica. Segmentación de mercado. Posicionamiento en el mercado. Elaboración del plan de marketing. Marketing y Sustentabilidad, Dimensiones de la sustentabilidad: D. Económica, Crecimiento sustentable, D. Ecológica, Recursos naturales y Genéticos. Buenas Prácticas Agrícolas (B.P.A.). D. Social, compromiso con la comunidad, Responsabilidad Social Empresaria (R.S.E)

Metodología y descripción de actividades de aprendizaje

La Diplomatura se cursa totalmente a distancia, el alumno se inscribe y recibe un usuario y contraseña que le permite acceder a la plataforma virtual donde se desarrollan todos los contenidos.

La misma está dividida en 3 módulos, cada uno cuenta con material de lectura teórico para descargar, videos con desarrollo de los temas por parte del docente y material de apoyo como enlaces a artículos, vídeos de dominio público y bibliografía que permiten al alumno aprender a su ritmo, manejando sus tiempos.

Cada módulo tiene un proyecto final integrador que deberá ser aprobado para poder avanzar con la cursada.

El docente irá evaluando a los alumnos a través de estas actividades, y los acompañará atendiendo las consultas particulares a través de mensajería interna y foros de consultas.

Cada Módulo podrá realizarse como CURSO independiente de 140 horas y aprobarse con la entrega de su correspondiente trabajo final.

Evaluación de los aprendizajes

Durante la cursada, el alumno será evaluado con distintas actividades propuestas por el docente, como actividades prácticas, exposición o resolución de casos o cuestionarios de autoevaluación que permitan al alumno, afianzar el aprendizaje del módulo que esté cursando para poder avanzar con el siguiente. Los mismos deben ser aprobados con el 60%.

Cada módulo concluye con un trabajo final o proyecto integrador en el que se evalúan las competencias adquiridas. El alumno que apruebe el Trabajo final integrador recibirá la certificación de la diplomatura, el alumno que no cumpla con estos requisitos, recibirá un certificado de asistencia.

Bibliografía básica

Módulo 1

- AACREA BNA, El Margen Bruto como Modelo de Decisión, Bs. As. s/f.
[-www.aacrea.org](http://www.aacrea.org)
- Actis, J.J., Calcaterra, C., Basail, J., Glaria, J.J., Schilder, E., Zehnder, R., Portillo, J., Nava, O. y Mosciaro, M. “Manual de Evaluación de Proyectos de Inversión Programa Cambio Rural INTA”.1994
- Belohlavek, P., Lógica de las Organizaciones. Gama. Bs. As., 1977.
- Corradini, Groz, Meneses, Costos, rentabilidad y toma de decisiones en la empresa Agropecuaria
- Gonzalez-Paglietinni, Los Costos Agrarios y sus aplicaciones, Fac. Agronomía. UBA
- Guerra, G. (1992) “Manual de administración de empresas agropecuarias”. IICA. Costa Rica.
- Frank, R., Introducción a los costos agropecuarios, El Ateneo, Buenos Aires.
- Manual de evaluación económico financiera de proyectos para pequeños productores agropecuarios, FIDA-SAGPyA, Bs. As., 1998
- Romero, C., Evaluacion financiera de Inversiones Agrarias, Ed. Mundi-Prensa. 2001
- Siau G., G., Aplicación del enfoque de sistemas en sistemas de producción, CLADES, Santiago de Chile, s/f.

Módulo 2

[-www.alimentosargentinos.gov.ar](http://www.alimentosargentinos.gov.ar)

“Anales de las reuniones anuales de la Asociación Argentina de Economía Agraria” Ediciones propias. Distintos lugares de publicación

- Braun, M./Llach, L. – “Macroeconomía Argentina”, Editorial Alfaomega,
- Introducción a los Estudios Universitarios y a la Economía (Facultad de Ciencias Económicas – UNC). Editado por Piero Grupos de Estudio.,2011.
- Ferrán, A. “El estudio de mercado” Apunte para la cátedra “Economía Agraria”. Fac. Cs. Veterinarias, UNLPam. S/f

- Longo, L. y Gavidia, R. (2002) “Principios de economía” Editorial Facultad de Agronomía, Universidad de Buenos Aires. Argentina.
- Samuelson, P.– “Curso de Economía Moderna”. Editorial Aguilar, 1979.
- Larrain, F./ Sachs, J.- “Macroeconomía en la Economía Global”. Pearson Educ.,2003.

Módulo 3

- www.alimentosargentinos.gov.ar
- Alvarado Ledesma, M. (2004) “Agronegocios. Empresa y emprendimiento” El Ateneo. -Alvarado Ledesma, M. (2005) “Marketing agroindustrial. La cadena de valor en los agronegocios” Ariel.
- Braidot, N.; “Los que venden”, Ed. Macchi, Bs. As. 1995.
- Cáceres, R. et al. “Análisis de la cadena de olivo en la Argentina” Ed. INTA. ISSN 1852-4605.2009.
- Coscia, A. “Comercialización de productos agropecuarios”. Hemisferio Sur. Argentina.1978- Haag y Soto. (1981) “El Mercadeo de los productos agropecuarios”. Limusa. México.
- Kotler, P., Dirección de Mercadotecnia. Prentice Hall
- McCarthy, J. y Perreault Jr., W. (1994) “Fundamentos de comercialización. Principios y métodos” El Ateneo. Argentina
- Shepherd, P.; “Guía de costos de comercialización y cómo calcularlos”.
- Plan Estratégico Agroalimentario y Agroindustrial Argentina 2016, Cap. Escenarios futuros.Buenos Aires. 2010
- Programa Social Agropecuario, “Sistema de Apoyo al Mercadeo”, Bs. As.