

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA  
FACULTAD DE CIENCIAS AGRICOLAS  
SECCION DE ECONOMIA AGRICOLA Y EXTENSION RURAL  
Medellín --

Curso: Economía II Mercados Agrícola (GE -311)  
Prereq.: Economía I  
Intensidad: Cuatro (4) horas teóricas  
Profesor: Eduardo Paláez de la Roche  
Texto Guía: "Introducción al Análisis de Economía Agrícola".  
C.E. Bishop and W.D. Toussaint.

PROGRAMA ECONOMIA.

I.- Introducción y Conceptos Básicos.

- 1.- Análisis de los problemas agrícolas. Importancia y ubicación del sector agrario, dentro del panorama económico y su relación con los otros sectores.
- 2.- La empresa como unidad productora y las decisiones que debe tomar. La industria agrícola.

II.- Producción.

1. Funciones de producción.
2. Producto total, medio y marginal, relaciones entre estos.
3. Costos de oportunidad, total medio y marginal. Relaciones, entre estos.
4. Relaciones Factor - factor; Factor producto; Producto - producto.
5. Curvas de indiferencia.
6. Curvas de posibilidades de producción.

III.- Comercio.

1. Comercio Inter-regional y lugares de producción agrícola:
  - a) Ley de la ventaja comperativa, causas y cambios de la misma.
  - b) Diferentes sistemas de mercados. Competencia perfecta e imperfecta.
2. Elasticidades . Cambios de demanda y cambios de cantidad demandada . Cambios en la oferta y cambios en la cantidad ofrecida.
3. Mercados Internacionales. Situación mundial de la agricultura y situación colombiana.

#### IV.- Desarrollo.

1. Instituciones nacionales que afectan a la agricultura colombiana .
2. Tenencia de la tierra, riesgos, incertidumbre, depreciación
3. Proceso de desarrollo . Ajustes y desajustes de la población, el ingreso y la tecnología. Condiciones de eficiencia en la agricultura.¿

#### PROGRAMA MERCADEO AGRICOLA.

##### I.- Introducción.

1. Conceptos básicos e importancia económica del mercadeo agrícola. Diferencias entre Mercado y Mercadeo.
2. Características de la producción agropecuaria y los diversos enfoques que se le da a la investigación del Mercado Agrícola.

##### II.- Funciones del Mercadeo .

1. Las diferentes funciones del Mercadeo Agrícola y su importancia en el proceso.
2. Funciones físicas
3. Funciones económicas

4. Funciones auxiliares .

III.- Concepto de Utilidad Económica.

1. Utilidad de forma.
2. Utilidad de lugar.
3. Utilidad de posesión.
4. Utilidad de tiempo .
5. Relaciones entre las anteriores y su importancia en el proceso de Mercadeo.

IV.- Formación de Precios.

1. Precios y sistemas de cotización en el mercado doméstico
2. Precios y cotizaciones para el Mercado Internacional.  
Cotizaciones FOB - FAS - CIF y otras.

V.- Concepto Económico de la Demanda.

1. Demanda real y demanda latente vs . mercado real, potencial y latente.
2. Demanda básica y derivada.
3. Factores que determinan la demanda de los consumidores.
4. Aumento y disminución de la demanda .
5. Elasticidad de la demanda .
6. Aplicaciones prácticas de la demanda.

VI.- Oferta para Productos Agropecuarios .

1. Conceptos básicos de oferta .
2. Elasticidad de la oferta.
3. Cambios en la producción .
4. Estabilidad en la producción.

VII.- Ajuste de la Oferta y la Demanda .

- 1 . Formación del precio del mercado. Equilibrio .
- 2 . Cambios en la oferta y la demanda.

VIII. Canales y Márgenes de Comercialización.

1. Formas de Compra y Venta.
- 2 . Intermediarios, mayoristas, acaperadores, minoristas.

BIBLIOGRAFIA

(Economía)

- Owen, Wyn F. "The Double Developmental Squeeze on Agriculture".  
American Economic Review. Marzo - Junio 1966.
- Schultz, T.W. "Economic Organization of Agriculture".  
"Alternatives for Balancing World Food Production  
Needs. Iowa State University Press.
- Robert L. Tontz. "Forcing Agricultural Trade". Iowa State University  
Press.
- Heady, Earl. "Economics of Agricultural Production and Resources  
Use".
- Rader, M. "Studies in the Theory of Welfare Economics".
- Ferguson. "Microeconomic Theory".
- Leftwich. "The Price System and Resource Allocation".
- Samuelson. "Curso de Economía Moderna".
- Baumol, W.J. "Teoría Económica y Análisis de Operaciones".

(Mercados)

- Shepherd, G.S. "Agricultural Price Analysis". Iowa State Univer-  
sity, Press, Ames, Iowa. 1967.

- Shepherd, G.S. "Marketing Farm Products". Iowa State University, Press. Ames, Iowa. 1958.
- Thomson, F.L. "Agricultural Marketing". McGraw-Hill, New York 1951.
- Kohls, R.L. "Marketing of Agricultural Products". The McMillan Co. New York, 1967 .
- Burdette, R.F. "Curso de Mercadeo Agropecuario". Universidad Nacional de Colombia, Palmira. 1968.
- Haag y Soto. "El Mercadeo de los Productos Agropecuarios" . México, Editorial Limusa - Wiley, S.A.