



**CURSO ESPECIALIZADO**

# MARKETING EN EL SECTOR AGRÍCOLA


# INTRODUCCIÓN

El curso a dictar se basa en los fundamentos teóricos y prácticos del marketing.

En las siguientes sesiones aplicaremos estos fundamentos a las estrategias comerciales necesarias en el día a día de los negocios que se realizan en el sector agrícola.

Considerando siempre los diversos escenarios que se pueden presentar durante el proceso comercial.

# OBJETIVOS DEL CURSO

- 
- Fortalecer las estrategias comerciales del alumno.
  - Brindar las herramientas necesarias orientadas al logro de los objetivos comerciales enfocando al cliente.

# PERFIL DEL PARTICIPANTE

El curso está dirigido a profesionales de diversas carreras y/o técnicos orientados a las ventas de productos, insumos, equipos, maquinaria y otros para la producción agrícola, con o sin experiencia.

# DOCENTES



## FRANKLIN PÉREZ

GERENTE DE LÍNEA AGRÍCOLA -  
CHEMIE INNOVACIÓN AGROVETERINARIA

Ingeniero agrónomo de la Universidad Agraria La Molina, MBA en la universidad ESAN con especialidad en Marketing.

12 años de experiencia en el área comercial (6 años como Gerente Comercial, 1 año como Gerente de Marketing y Desarrollo, 1 año como Jefe de Línea, 4 años como representante comercial y técnico).

Experiencia en la industria de agroquímicos y línea de fertilizantes, como proveedores de agroindustrias y mercado agrícola retail.

# TEMARIO

## SESIÓN 1

### **Introducción al curso**

- \*Conceptos básicos del marketing
  - Mercado
  - Cliente
  - Producto
- \*Objetivos del marketing en agro

## SESIÓN 2

### **Comprensión del mercado agrícola**

- \*Análisis del entorno
  - Panorama situacional de la Agricultura
  - Entendiendo al cliente
- \*Administración de la información para conocer al cliente
  - Investigación del mercado
  - Análisis de la información
  - Uso de la información
- \*Comportamiento del cliente
  - Comportamientos del comprador
  - Decisión del comprador
  - Volatilidad en la decisión del cliente

## **Diseño de la estrategia de marketing I**

- \* Escenario del mercado
  - Ubicación del mercado
  - Análisis de los competidores
- \* Determinación del mercado objetivo
  - Mercado meta
  - Identificación del consumidor
- \* Productos y/o servicios
  - Selección de productos/Servicios
  - Diferenciación y posicionamiento
  - Ciclo de vida de los productos/Servicios

# SESIÓN 4

## **Diseño de la estrategia de marketing II**

- \* Política de precios
  - Factores internos
  - Factores externos
  - Fijación de precios
- \* Canal(es) de distribución
  - Análisis de canales de distribución
  - Elección del canal
  - Administración del canal
- \* Promoción y publicidad
  - Diferencias entre promoción y publicidad
  - Definición de objetivos publicitarios
  - Elección de canal(es) de publicidad
  - Planificación de promoción y publicidad
  - Uso de redes

## SESIÓN 5

### **CASO: Estrategias de Marketing Propuestas**

\* Desarrollo de estrategias – estrategias de los participantes

### **Ética y responsabilidad social en el comercio agrícola**

- \* Marketing sostenible
  - Política empresarial
  - Responsabilidad social
- \* Prácticas indebidas
  - Proveedor
  - Cliente
- \* Manejo de reclamos

### **Conclusiones**



# METODOLOGÍA Y DURACIÓN

- El curso consta de 5 lecciones, con una parte teórica (virtuales) y práctica.
- Las clases se desarrollan en triple modalidad: Virtuales, transmisión en vivo y grabadas.
- Los materiales del curso serán subidos de forma digital a nuestra plataforma educativa.
- El tiempo estimado de dedicación al curso que planteamos es:
  - Clases virtuales (Realizadas en 05 fechas)
  - 1 hora de estudio por cada sesión (a través de la plataforma educativa)
  - 5 horas prácticas (caso de estudio / examen)

**30 HORAS LECTIVAS (DE 45 MIN C/U)**

# CERTIFICACIÓN

A quienes cumplan con los requisitos exigidos del curso se les otorgará el Certificado del Curso Especializado en **Marketing en el Sector Agrícola**, emitido por la Escuela ELDA.

