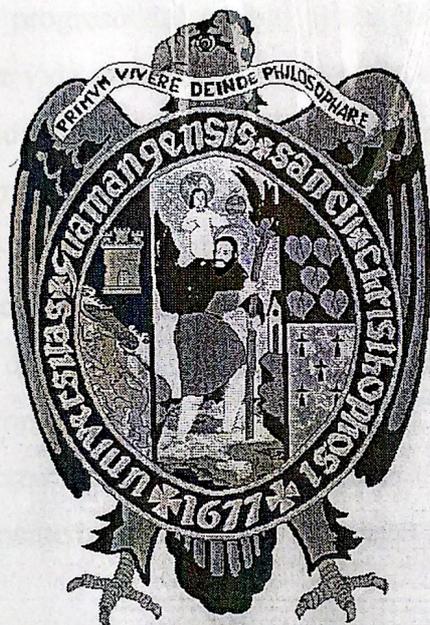


# UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTOBAL DE HUAMANGA

ESCUELA DE POSTGRADO

SECCION DE POSTGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS  
AGRARIAS



*PROYECTO DE MAESTRIA EN **AGRONEGOCIOS***

AYACUCHO – PERU

**2007**

# PROYECTO DE MAESTRIA EN “AGRONEGOCIOS”

## A. ANTECEDENTES

La Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, fundada con categoría de Real y Pontificia, el 03 de julio de 1677, por el ilustre Obispo de la Diócesis de Huamanga, Don Cristóbal de Castilla y Zamora, refrendada el 21 de diciembre de 1680 por el Rey de España Don Carlos II. Fue clausurada después de 208 años de funcionamiento (1886) como consecuencia de una serie de acontecimientos externos derivados de la catástrofe de la guerra con Chile y se reabre 71 años después, con el nombre de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, por mandato de la ley 12828, promulgada el 24 de abril de 1959, con el apoyo y la alegría de toda la comunidad ayacuchana.

La creciente demanda de progreso del pueblo ayacuchano y el despliegue de esfuerzos para mejorar sus condiciones de vida manifiesta su esperanza a través de la creación de la escuela de Post Grado el 23 de junio de 1994 con Resolución Rectoral N° 0451-94 constituida por las Secciones de Ciencias Agropecuarias, Ciencias de la Educación, Ciencias Sociales e Ingeniería Química, autorizándose el 28 de noviembre de 1996 el primer Examen de Admisión en tres de las cuatro secciones anteriormente mencionadas.

La Sección de Postgrado de la Facultad de Ciencias Agrarias inició su funcionamiento con la Maestría en Ciencias Agropecuarias y las menciones de Agricultura y Ganadería hasta el año 2001. En el año 2002 se creó la mención de Manejo de Cuencas y la mención de Producción y Salud Animal y posteriormente la mención de Producción Agrícola Sostenible.

## B. JUSTIFICACION

En los últimos seis años el Perú viene afrontando un crecimiento sostenido de la comercialización agrícola, integrando en la balanza comercial el aporte del sector agropecuario, ésta dinámica indica una fuerte tendencia a consolidarse en la próxima década y a sostenerse en el tiempo. En este contexto, toca al estado y sectores regionales preparar y entrenar a su capital humano en la articulación de las estrategias de los negocios locales y regionales a las internacionales aprovechando políticas públicas de desarrollo y las ventajas comparativas de nuestra región. Como estos factores, claves de éxito inducen y permiten identificar demandas actuales y de futuro; como la de crear capacidades y conocimientos de innovación para que en sinergia se deriven en acciones formativas que contribuyan a la competitividad regional y nacional.

El desarrollo de estrategias a mediano y largo plazo del país en su conjunto para tener presencia competitiva en espacios globalizados, se ha constituido el Consejo Nacional de Competitividad, con su instrumento de acción que viene a ser el Plan Nacional de Competitividad que involucran directamente a cada una de la regiones con la finalidad de institucionalizar y articular capacidades provenientes del sector público y privado donde la Universidad está inserta en ejecutar acciones comprendidas dentro del Plan Nacional de Ciencia Tecnología e Innovación Tecnológica para sumar insumos a la lógica competitiva y de formar capital humano eficiente que pueda guiar los procedimientos orientados a la globalización de la región en términos de innovación tecnológica e inserción a mercados internacionales y responder rápidamente a coyunturas de demanda como es el caso del programa de Sierra Exportadora.

Frente a esta necesidad la Escuela de Post Grado de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, a través de la Sección de la Facultad de Ciencias Agrarias se ha visto en la necesidad de integrar diversas disciplinas en un plan de estudios que absorbe la producción agropecuaria con la macro y microeconomía, el marketing aplicado, los estudios de mercado, la administración y gerencia estratégica expresado en una especialización de post grado que recae en el campo específico de los **agronegocios**.

La Maestría en Agronegocios está diseñada para profesionales con visión internacional, financiera y negocios del sector, que trabajen o quieran trabajar en una actividad de enorme potencial de crecimiento, como la economía peruana. El éxito en el negocio depende de un aprovechamiento sistemático e inteligente de oportunidades en sus áreas críticas: mercancías y productos diferenciados, comercialización interna de insumos y productos, comercio internacional, evaluación del riesgo crediticio sectorial y administración de carteras de fondos y mercancías en las principales plazas del mundo. La Maestría, aspira a entrenar profesionales dotándolos de una sólida formación en temas de economía, producción, marketing y finanzas, y variados puntos de referencia en casos y negocios concretos.

Un Magister en Agronegocios es un profesional especializado en detectar oportunidades de negocios y desarrollar estrategias de comercialización en mercados internacionales, con énfasis en el sector agropecuario y la agroindustria, considerando factores ambientales, económicos, políticos, legales y culturales que afectan tanto al mercado nacional como internacional; además tiene la capacidad de: Analizar riesgos políticos y económicos, detectar oportunidades de negocios en mercados internacionales y desarrollar programas de comercialización, así como de administrar las operaciones de la empresa en dichos mercados. Los Magister en Agronegocios de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga serán especialistas formados para dar

respuesta a los nuevos retos que enfrentan tanto el sector público como el sector privado. Los egresados recibirán un paquete de cursos obligatorios que le proveerán de una sólida formación teórica y de instrumentos de investigación y análisis, que les ayudarán a enfrentar con éxito sus funciones y tareas que les toque desempeñar. Adicionalmente, mediante cursos electivos podrán profundizar campos específicos dentro de la especialidad. Para aprovechar satisfactoriamente su especialidad, los egresados deberán completar un conjunto de conocimientos sólidos en teorías, instrumentos de análisis y formulación de proyectos empresariales, de aptitudes creativas e iniciativas, de actitudes, análisis, crítica, solidaridad, cooperación y competencia, que les permitirán desarrollar trabajos individuales y en equipo de alta calidad. Finalmente, deberán tener valores éticos profesionales y sociales asociados a las buenas costumbres. Para el logro de estas metas, se ha estructurado una sólida estructura curricular y se cuenta con una plana docente calificada que nos asegura un éxito total. La dirección académica de la Maestría en Agronegocios estará a cargo de la Facultad de Ciencias Agrarias, a través de la Sección de Postgrado.

En los últimos años, las instituciones académicas han estado empeñadas en un creciente proceso de modernización, a lo que no es ajena nuestra Universidad. Este proceso de modernización está dirigido a que la Escuela de Postgrado en general y la Sección de Ciencias Agropecuarias en particular, ocupen un lugar de privilegio en el complejo y desafiante escenario de los estudios de maestría y doctorados en el Perú de hoy. Este proceso va significar un sensible mejoramiento en la estructura administrativa y de gestión, e igualmente en su oferta de programas de postgrado. El cambiante escenario de los estudios de postgrado es expresión de profundas transformaciones económicas, sociales y culturales de carácter global, las que han tenido profundas consecuencias en los mercados laborales y los desempeños profesionales. Estas transformaciones exigen a las instituciones el desarrollo de sus mejores capacidades de adaptación y puesta al día, en la necesidad de responder eficientemente a los desafíos. En este marco, la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, a través de la Sección de Postgrado de la Facultad de Ciencias Agrarias, inició un proceso de rediseño y flexibilización de su oferta educacional, comprometiéndose en una tarea de modernización de sus carreras.

La globalización mundial cada vez más creciente, exige conocimientos, especialmente a nivel de Maestrías, no solo del proceso de producción de alimentos, sino del marketing y comercialización de los productos, principalmente referido al comercio exterior, pues existe un mercado con una demanda insatisfecha muy grande de productos orgánicos del sector agropecuario, tales como los países de la Comunidad Europea y los Estados Unidos de Norteamérica. Las Maestrías que se vienen brindando en la actualidad ya han copado el mercado

laboral local y regional, pues la demanda que presentan los profesionales de nuestro departamento y la zona de influencia de la Universidad de Huamanga es relativamente muy reducida, además de que la mayoría de las Universidades, tanto estatales como privadas, brindan estudios de maestrías y doctorados en las especialidades existentes. No obstante, existen profesionales deseosos de superación y capacitación en la especialidad de Agronegocios, especialmente egresados de las Escuelas de Formación Profesional de Agronomía, Medicina Veterinaria, Industrias Alimentarias, Agroindustrias, Administración de Empresas, Economía y especialidades afines, que anualmente egresan alrededor de 200 de las aulas de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga.

### **C. OBJETIVOS**

#### **Objetivo General:**

Formar especialistas de alta calificación que participen activamente en la dirección y desarrollo del manejo y la investigación de los Agronegocios, aplicando las técnicas más recientes en la gestión y dirección de agronegocios con énfasis en el sector rural. Al mismo tiempo, contribuir a formar una sociedad más eficiente en términos de la optimización de los recursos humanos, naturales, financieros y materiales, dentro del entorno sociocultural del país.

#### **Objetivos específicos**

1. Administración y gestión de la empresa agropecuaria
2. Formulación y evaluación de proyectos, sus planes de negocios, adecuados a exigencias de fuentes financieras.
3. Planificación, evaluación y determinación del grado de eficiencia de la empresa agropecuaria en sus aspectos productivos, administrativos y comerciales.
4. Análisis de la eficiencia en el uso de los recursos de la empresa agropecuaria a nivel regional y nacional, que sirvan de base para el planeamiento de políticas nacionales y sectoriales.
5. Desarrollo de nuevos productos y agronegocios en función de demandas detectadas en los mercados mundiales.

## **D. REQUISITOS DE INGRESO**

Los postulantes deben poseer Grado de Bachiller o Título Profesional, con formación compatible con la especialidad de Agronegocios, no habiendo límite de edad. Los postulantes deben cumplir los siguientes requisitos:

1. Llenar la solicitud de admisión y la ficha de datos personales.
2. Proporcionar los siguientes documentos
  - Copia legalizada del Grado de Bachiller o Título Profesional
  - Certificados de estudios universitarios
  - Dos cartas de recomendación de docentes de la universidad de origen, o de funcionarios del centro de trabajo del postulante.

Los postulantes para ser admitidos como alumnos regulares al Programa de Maestría, deberán haber llevado en sus universidades de origen el curso no graduado de Economía General. De no ser así, serán considerados alumnos condicionales y deberán llevarlos en la Universidad de Huamanga. La selección de postulantes será realizada por un Comité Académico de docentes de la Especialidad.

## **E. DENOMINACIÓN DEL GRADO ACADEMICO QUE SE OTORQUE**

Magíster Scientiae en Agronegocios

## **F. PROPUESTA DE PLAN DE ESTUDIOS**

El Plan de estudios se ha estructurado aprovechando variados modelos globales aplicados a la situación local, para luego rebatir en los escenarios globales, está estructurado considerando un equilibrio para los alumnos con materias formativas de los campos agropecuarios, administrativo-contable que requieren hacer uso de principios económicos para los negocios, planes de comercialización y marketing, con una estratégica visión de negocio local e internacional que corresponda a su proceso formativo de responder a la dinámica de los tiempos actuales basado en la reingeniería competitiva de los actores involucradas en el sistema agroalimentario. Los profesionales de **agronegocios** deben desarrollar las habilidades que permiten la creación de nuevos conocimientos aplicables al escenario de negocios encaminados a

la competitividad y la supervivencia de las empresas sostenidos en la capacidad de innovar como consecuencia de los recursos humanos capacitados permanente y adecuadamente. El plan de Estudios se desarrolla semestralmente, con currículo flexible y sistema de unidades valorativas denominadas créditos. Está constituido por cursos obligatorios y cursos electivos. Los primeros son los que constituyen los fundamentos de la respectiva especialidad, mientras que los segundos sirven para enriquecerla.

### CICLO I

SIGLA	ASIGNATURA	CRÉDITOS	REQUISITO
AG 611	Administración Agraria y Rural	3.0	Economía General
EC 613	Economía aplicada a los negocios	3.0	Economía General
MA 615	Matemática aplicada a los negocios	3.0	--
SE 617	Técnicas de Investigación en agronegocios	3.0	--

### CICLO II

EC 612	Evaluación económica de proyectos agrícolas I	3.0	EC 613
AG 614	Marketing agrícola I	3.0	AG 611
CA 616	Comercio agrícola local e internacional I	3.0	EC 613
CO 618	Contabilidad gerencial en agronegocios	3.0	SE 617

### CICLO III

AG 711	Marketing agrícola II	3.0	AG 614
CA 713	Comercio agrícola local internacional II	3.0	CA 616
SA 715	Sistemas de aseguram. de calidad en comercio agrícola	3.0	CO 618
	Electivos	3.0	

### CICLO IV

SE 712	Investigación en agronegocios	3.0	SE 617
CA 714	Cadenas agroalimentarias en comercio local e intern.	3.0	CA 713

Electivos	6.0
<b>Total de de créditos</b>	<b>48.0</b>
<b>Resumen</b>	
Total de créditos de cursos obligatorios	39
Total de crédito de cursos electivos	09

### RELACION DE CURSOS ELECTIVOS

AG 719 Productos regionales, potenciales y reales para exportación	3.0	Econ. General
ME 721 Modelos de empresas agrarias para el mercado local e intern.	3.0	CA 616
EC 723 Evaluación económica de proyectos agrícolas II	3.0	EC 612
IN 701 Inglés para los agronegocios I	2.0	--
AG 720 Sistema de información geográfica aplicado a los agronegocios	3.0	--
AG 722 Comercio electrónico en agronegocios (E-commerce)	3.0	AG 611
AG 724 Alimentos del futuro	3.0	--
IN 702 Inglés para los agronegocios II	2.0	IN 701

### G. DESCRIPCION SINTETICA Y BIBLIOGRAFICA DE LAS ASIGNATURAS

#### 1. Administración Agraria y Rural AG 611

Análisis de las teorías modernas y las escuelas del pensamiento filosófico administrativo de los agronegocios a nivel mundial. Introducción a la competitividad. Competitividad revelada. Potencial competitivo. El modelo del diamante de M. Porter. Clusters. Factores de competitividad: cambio tecnológico, coordinación vertical y diferenciación de productos. Problemas de información asimétrica en mercados agroalimentarios.

#### 2. Economía aplicada a los negocios EC 613

Análisis de los factores socioeconómicos críticos que afectan el entorno empresarial agropecuario y las decisiones de gobierno de las empresas. Areas de estudio del

departamento que predomina el contexto conceptual de un enfoque de economía de libre mercado, otorgando especial importancia al contexto empresarial internacional, y en particular a las economías emergentes.

3. **Matemática aplicada a los negocios MA 615**

Conceptos y aplicaciones de las matemáticas a las actividades en las agroempresas, donde al culminar el curso el egresado cuente con un conjunto de herramientas de cálculo que le permitan desarrollar análisis y toma de decisiones desde el punto de vista financiero en la empresa.

4. **Técnicas de investigación en agronegocios SE 617**

Proporciona los conocimientos y aplicación de los principios metodológicos de la investigación científica aplicada a los agronegocios poniendo énfasis en los escenarios rurales y globales, así como la elaboración de propuestas de investigación aplicada y presentación de reportes científicos.

5. **Inglés para los agronegocios I IN 701**

Desarrollar destrezas del idioma con temas relacionados al mundo empresarial, desde el contexto comercial de pequeñas y medianas empresas, el marketing o el comercio internacional. Terminologías utilizadas en tecnologías aplicadas al mundo empresarial (Internet, Correo y Comercio electrónico, etc.) y a situaciones o actividades convencionales de la vida diaria necesarias para desenvolverse en inglés en el mundo de la empresa y los negocios (reuniones, conversaciones telefónicas, correspondencia, viajes de negocios).

6. **Evaluación económica de proyectos agrícolas I EC 612**

Conocimientos teóricos y prácticos utilizados, en la preparación y evaluación privada de proyectos, que contribuyan a una mejor decisión en la asignación de recursos públicos y privados. Capacitar en las etapas de la preparación y evaluación de proyectos, aplicar los conceptos fundamentales de matemáticas financieras, identificar las etapas del estudio técnico y del desarrollo físico de proyectos agropecuarios. Conocer los enfoques de análisis y efectuar el estudio financiero de proyectos.

7. **Marketing agrícola I** AG 614

Teoría de marketing de negocios. Generación y análisis de la información de mercado. Segmentación de mercado y marketing de segmentación. Organizaciones comerciales y estrategias de ventas. Distribución de insumos agropecuarios. Estrategia de comunicaciones. Auditoría del marketing.

8. **Comercio agrícola local e internacional I** CA 616

Formular e implementar estrategias comerciales. Comercialización y procesamiento de commodities agropecuarias. Demandas y ofertas mundiales. Estructura del mercado internacional. Estructura institucional y económica del sistema de cadenas productivas. Principales aspectos operativos. Análisis de tipos de contratos. Cobertura de riesgos. Futuros y opciones sobre futuros. Estrategias comerciales. La formación de los precios. El transporte y la agroindustria.

9. **Contabilidad gerencial en agronegocios** CO 618

Análisis contable, estados financieros, contabilidad de costos, identificación, estimación y control del riesgo empresarial, opciones, valuación de negocios, política de dividendos, estrategias y alternativas de financiación. Evaluar la factibilidad técnica, económica y financiera de un proyecto de inversión en un agronegocio. Entrenamiento en software de aplicación. Evaluación y administración de riesgos climáticos y de mercado. Modelos con ocurrencia de eventos discretos. Aplicaciones de distribuciones de probabilidad subjetivas y paramétricas. Administración de riesgo mediante diversificación de portafolios: Evaluación de sistemas de producción. Evaluación de riesgo en proyectos plurianuales.

10. **Inglés para los agronegocios II** IN 702

Desarrollar destrezas del idioma con temas relacionados al mundo empresarial, en esta fase se adiestrará al alumno en terminologías específicas de los documentos administrativos y financieros mas utilizados en comercio internacional, análisis de redacciones y entrenamiento en los mismos.

11. **Marketing agrícola II** AG 711

Enriquecer la visión de la función comercial en los distintos tipos de marketing existentes, y contribuir a la formación de empresarios y profesionales conscientes de su potencial y responsabilidades frente a los consumidores, los mercados y la sociedad en general. Resolución de problemas para determinar acciones que satisfagan las

necesidades del cliente mediante una planificación rigurosa, así como una implementación y un control de las actividades en un entorno de mercado competitivo.

**12. Evaluación económica de proyectos agrícolas II EC 723**

Conocimientos teóricos y prácticos utilizados en la preparación y evaluación privada de proyectos, que contribuyan a una mejor decisión en la asignación de recursos públicos y privados. Capacitar en el planteamiento de proyectos como programas de desarrollo para sectores marginales del país, desarrollando destrezas de gestión ante entidades del sector público y entidades de cooperación para el desarrollo.

**13. Sistema de información geográfica aplicado a los agronegocios AG 720**

Adquisición y aplicación de conocimientos con criterios territoriales que les permitan adoptar decisiones sobre localización, mercado y tecnología. Aplicaciones de los S.I.G. en los agronegocios haciendo hincapié en aquellos aspectos más interesantes de acuerdo al perfil del grupo. Importancia del S.I.G. en aplicaciones en ecología y medio ambiente, manejo de los principios de la cartografía digital y las operaciones analíticas..

**14. Comercio agrícola local e internacional II CA 713**

Promover la utilización sistemática de herramientas cualitativas y cuantitativas que provean de una perspectiva de mayor precisión en la toma de decisiones de agronegocios. Generación y captura de valor. Interacción competitiva y cooperativa. Casos: negociación entre dos partes (licencias) y en coaliciones (alianzas). Apalancamiento estratégico: retorno y libertad de maniobra. Apalancamiento estratégico en relación con la estructura de la industria, la posición competitiva y la evolución de la industria. Casos: El espárrago peruano. Selección de estrategias y tácticas de producto, precios y canales. Casos: Compra de fertilizantes y de agroquímicos en las Cadenas productivas. Límites horizontales y verticales de la empresa. Casos: cadena pprika.

**15. Sistemas de aseguramiento de calidad en comercio agrícola SA 715**

Producir, procesar o transportar alimentos, con standards ambientales que incluyen un esquema de inspección, verificación del cumplimiento de los requerimientos en el mercado nacional e internacional. Sistemas de aseguramiento de la calidad que cumplen

dos roles en la cadena alimentaria: Asegurar a los consumidores que el producto tiene los atributos deseados y el mecanismo de coordinación de la cadena agroalimentaria.

16. **Investigación en agronegocios SE 712**

Investigación en la especialidad como ampliación de conocimientos y prácticas del estudiante que paralelamente servirán de insumos para el trabajo de la tesis para su graduación.

17. **Cadenas agroalimentarias en comercio local e internacional CA 714**

Cumplimiento de las normas de higiene alimentaria en el trabajo habitual de las cadenas agroalimentarias para el mercado local e internacional, para participar con cuota de mercado competitivamente. Conocer las técnicas de generar valor agregado de los productos agrarios mediante la correcta manipulación, comprender la importancia de un almacenamiento y conservación adecuada y las técnicas de presentación de los productos al consumidor, como actividades intensas en las cadenas agroalimentarias de nivel local a internacional.

18. **Productos regionales, potenciales y reales para exportación AG 719**

Información adecuada y necesaria sobre los principales productos regionales agrupados en introducidos y nativos analizando sus potencialidades para incursionar en temas de vanguardia como biocomercio, comercio genético, comercio orgánico, los nutraceuticos, alimentos geriátricos, a nivel local e internacional.

19. **Modelos de empresas agrarias para el mercado local e internacional ME 721**

Conocimientos sobre instrumentos para diseñar múltiples modelos de valoración agraria, formas de gestión en la comercialización y técnicas de financiamiento en su sector. Decisiones de modelos empresariales como elemento de competitividad y formación e investigación agraria, la tecnología innovativa y mecanización agraria comprendido en maquinaria, usos, organización y el sistema de seguros agrarios.

20. **Comercio electrónico en agro negocios (E-commerce) AG 722**

Informática de negocios desde un plan de negocios, diseños de desarrollo de productos, marketing y comunicaciones, búsqueda de mercados, inteligencia de mercados, que

culminen en hacer negocios electrónicos. Lógica y evolución de los negocios a través del tiempo y las amplias posibilidades de globalizar los productos regionales.

## 21. Alimentos del futuro AG 724

Nuevas tendencias en el desarrollo de los alimentos con uso intensivo de la biotecnología, la manipulación genética y la robotización en la producción alimentaria, siendo lo fundamental a parte de la información los análisis de tipo social y económico para la toma de decisiones a mediano y largo plazo, en la implementación de proyectos alimentarios en mercados nacionales e internacionales.

## H. APOYO EXTERNO CON EL QUE SE CONTARA

Convenio entre el Instituto de Comercio Exterior "ISTECEX" – de la Asociación de exportadores del Perú ADEX y la Escuela de Postgrado de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga.

## I. PLANA DOCENTE

- Ph.D. Alarcón Novoa, Jorge
- Dra. Gómez Galarza, Vilma
- Dr. Guerrero López, Carlos
- Dr. Mercado Curi, Valdemar
- Mg.Sc. Pichihua, Juan
- Dr. Postigo de la Motta, William
- M.Sc. Rivera Medina, Juan Mardonio
- M. Sc. Cáceres Cabana, Yezelia Danira
- Dr. Ramiro Palomino Malpartida
- Dr. Pelayo Hilário Valenzuela
- M.Sc. Enrique Gonzáles Paucarhuanca
- M.Sc. Francisco Condena Almora
- Mg. Tony Hinojosa Vivanco

## J. RECURSOS MATERIALES

Para el funcionamiento de la Maestría en Agronegocios se cuenta con una infraestructura adecuada, como:

- Edificio administrativo
- Biblioteca
- Laboratorios
- Aulas audiovisuales
- Auditorio
- Centros Experimentales: Allpachaka, Wayllapampa y Canaán

**K. ESTIMACION DEL NUMERO DE PARTICIPANTES CANDIDATOS EN LO INMEDIATO Y A MEDIANO PLAZO**

La cantidad de profesionales de las Ciencias Agrarias y especialidades afines es numerosa, se prevee en cada ingreso como mínimo de 20 estudiantes.

**L. PRESUPUESTO POR CICLO ACADEMICO DE LA SECCION DE POST GRADO MAESTRIA EN AGRONEGOCIOS**

**INGRESOS**

CONCEPTO	CANTIDAD	UM	VALOR UNIT.	TOTAL
<b><u>PRIMER CICLO</u></b>				
Matrícula	20	Unidad	140.00	2 800.00
Pensión enseñanza	20	Unidad	2000.00	40 000.00
Sub total				42 800.00
<b><u>SEGUNDO CICLO</u></b>				
Matrícula	20	Unidad	140.00	2 800.00
Pensión enseñanza	20	Unidad	2000.00	40 000.00
Sub total				42 800.00
<b><u>TERCER CICLO</u></b>				
Matrícula	20	Unidad	140.00	2 800.00
Pensión enseñanza	20	Unidad	2000.00	40 000.00
Sub total				42 800.00

### CUARTO CICLO

Matrícula	20	Unidad	140.00	2 800.00
Pensión enseñanza	20	Unidad	2000.00	40 000.00
Sub total				42 800.00
<b>OTROS INGRESOS</b> (varios)				1 000.00
<b>TOTAL</b>				<b>172 200.00</b>

### RESUMEN DE INGRESOS

• Ingresos primer ciclo	42 800.00
• Ingresos segundo ciclo	42 800.00
• Ingresos tercer ciclo	42 800.00
• Ingresos cuarto ciclo	42 800.00
• Otros ingresos	1 000.00

**Total de ingresos** S/. 172 200.00

### EGRESOS

CONCEPTO	CANTIDAD	UM	V. UNITARIO	TOTAL
----------	----------	----	-------------	-------

### PRIMER CICLO

AG 713 Administración agraria y rural	48	Horas	100.00	4 800.00
EC 723 Economía aplicada a los negocios	48	Horas	100.00	4 800.00
MA 733 Matemática aplicada a los negocios	48	Horas	100.00	4 800.00
SE 743 Técnicas de Investigación en agronegocios	48	Horas	100.00	4 800.00
Coordinador SPG			200.00	800.00
Gastos académicos y material de enseñanza				400.00
Infraestructura (Varios)				1 400.00
<b>Sub total</b>				<b>21 800.00</b>

### SEGUNDO CICLO

EC 714 Evaluac.económica de proy. agrícolas I	48	Horas	100.00	4 800.00
AG 724 Marketing agrícola I	48	Horas	100.00	4 800.00
CA 734 Comercio agrícola local e internacional I	48	Horas	100.00	4 800.00
CO 544 Contabilidad gerencial en agronegocios	48	Horas	100.00	4 800.00
Coordinador SPG			200.00	800.00
Gastos académicos y material de enseñanza				400.00
Infraestructura (Varios)				1 400.00
<b>Sub total</b>				<b>21 800.00</b>

### TERCER CICLO

EC 813 Evaluac.económica de proy. agrícolas II	48	Horas	100.00	4 800.00
AG 823 Marketing agrícola II	48	Horas	100.00	4 800.00
CA 833 Comercio agrícola local internacional II	48	Horas	100.00	4 800.00
Electivo	48	Horas	100.00	4800.00
Coordinador SPG			200.00	800.00
Gastos académicos y material de enseñanza				400.00
Infraestructura (Varios)				1 400.00
<b>Sub total</b>				<b>21 800.00</b>

### CUARTO CICLO

SE 814 Investigación en agronegocios	48	Horas	100.00	4 800.00
CA 824 Cad. agroalim. comercio local e intern.	48	Horas	100.00	4 800.00
Electivos	96	Horas	100.00	9 600.00
Coordinador SPG			200.00	800.00
Gastos académicos y material de enseñanza				400.00
Infraestructura (Varios)				1 400.00
<b>Sub total</b>				<b>21 800.00</b>

## RESUMEN DE EGRESOS

• Egresos primer ciclo	21 800.00
• Egresos segundo ciclo	21 800.00
• Egresos tercer ciclo	21 800.00
• Egresos cuarto ciclo	21 800.00
<b>Total de egresos</b>	<b>S/. 87 200.00</b>

## RESUMEN DE PRESUPUESTO DE FUNCIONAMIENTO

• Total de ingresos	S/. 172 200.00
• Total de egresos	S/. 87 200.00
• Utilidad o remanente	S/. 85 000.00

# PLAN DE FUNCIONAMIENTO DE LA MAESTRIA EN AGRONEGOCIOS

## I. FINALIDAD

La Maestría en Agronegocios tiene como finalidad formar especialistas de alta calificación que participen activamente en la dirección y desarrollo del manejo y la investigación de los Agronegocios, aplicando las técnicas más recientes en la gestión y dirección de agronegocios con énfasis en el sector rural. Al mismo tiempo, contribuir a formar una sociedad más eficiente en términos de la optimización de los recursos humanos, naturales, financieros y materiales, dentro del entorno sociocultural del país.

## II. OBJETIVOS

1. Administración y gestión de la empresa agropecuaria
2. Formulación y evaluación de proyectos, sus planes de negocios, adecuados a exigencias de fuentes financieras.
3. Planificación, evaluación y determinación del grado de eficiencia de la empresa agropecuaria en sus aspectos productivos, administrativos y comerciales.
4. Análisis de la eficiencia en el uso de los recursos de la empresa agropecuaria a nivel regional y nacional, que sirvan de base para el planeamiento de políticas nacionales y sectoriales.
5. Desarrollo de nuevos productos y agronegocios en función de demandas detectadas en los mercados mundiales.

## III. REGLAMENTO DE FUNCIONAMIENTO DE LA MAESTRIA EN AGRONEGOCIOS

Art.01 El presente reglamento que norma el funcionamiento de la Maestría en Agronegocios se enmarca dentro de los siguientes dispositivos:

1. Ley Universitaria N° 23733, art. 13.
2. Estatuto reformado de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, art. 66 y siguientes.
3. Estatuto general de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, art. 17 y siguientes.

4. Resolución Rectoral N° 0451-94 del 23 de junio de 1994, sobre creación de la Escuela de Post Grado de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga.
5. Resolución N° 347-95-ANR del 08 de marzo de 1995, sobre funcionamiento de la Escuela de Post Grado de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga.
6. Reglamento General de la Escuela de Post Grado de la UNSCH.

#### IV. DEL ALCANCE Y LOS REQUISITOS

Art. 02 El presente reglamento norma el funcionamiento de la Maestría en Agronegocios desde los requisitos para el ingreso, la secuencia curricular y los procedimientos para el otorgamiento del Grado Académico de Maestro en Agronegociosm a todos los que concluyan satisfactoriamente los estudios y cumplan con lo estipulado en el presente reglamento y el reglamento general de la Escuela de Post Grado.

Art. 03 Los postulantes deben poseer Grado de Bachiller con formación compatible con la especialidad de Agronegocios, no habiendo límite de edad. Los postulantes deben cumplir los siguientes requisitos:

1. Llenar la solicitud de admisión y la ficha de datos personales.
2. Proporcionar los siguientes documentos:
  - Copia del Grado de Bachiller autenticado por la universidad de origen.
  - Certificados de estudios universitarios.
  - Dos cartas de recomendación de docentes de la universidad de origen, o de funcionarios del centro de trabajo del postulante.

Art.04 La selección de postulantes será realizada por un Comité Académico de docentes de la Especialidad.

#### V. DEL PROGRAMA DE ESTUDIOS

Art.05 El programa de estudios es parte del plan que establece la actividad académica de un alumno de Post Grado durante su permanencia en la Escuela de Post Grado, siendo elaborado de acuerdo a los requisitos de la Especialidad, donde se

especifica la secuencia y la oportunidad en que el alumno deberá tomar las asignaturas, seminarios y trabajos de investigación para elaborar su tesis.

**Art.06** Para un adecuado cumplimiento del Programa de Estudios se tendrá en consideración lo siguiente:

- a. Cada estudiante contará con un Comité Consejero conformado por un asesor y dos miembros del Comité, propuestos por sugerencia del coordinador de la especialidad. Dicho Comité elaborará juntamente con el maestrando, el programa de estudios que se presentará antes del inicio del primer semestre de estudios del alumno. Cualquier cambio de dicho programa deberá ser autorizado por el Comité Consejero.
- b. Las asignaturas incluidas en el programa de estudios que son desaprobados se vuelven obligatorios. Ninguna asignatura puede ser eliminada del programa una vez llevado.
- c. El programa de estudios deberá incluir las asignaturas obligatorias y las asignaturas electivas y las asignaturas no graduados obligatorios requisitos de admisión.
- d. Las asignaturas aprobadas a nivel graduado tendrá validez para obtener un grado avanzado por un lapso de 6 años y el programa de estudios un lapso de 4 años. Vencido el plazo, el comité consejero revisará el programa de estudios y decidirá su actualización si fuera necesario.
- e. El plazo máximo para la obtención del grado avanzado será dos años después de haber egresado.

## VI. DEL PLAN DE TESIS

**Art.07** El tema de tesis es seleccionado por el estudiante con las sugerencias y opiniones del docente asesor, pudiendo participar el comité consejero.

**Art.08** El plan de tesis deberá ser presentado a la Escuela de Post Grado antes de matricularse en el segundo ciclo de estudios, luego de haber sido revisado por el asesor y los miembros del comité consejero.

Art.09 El Director de la Escuela de Post Grado deriva a la Comisión Académica de la Sección correspondiente para el estudio y aprobación del plan de tesis, la que presentará su dictamen con la debida fundamentación académica, en un plazo no mayor a 30 días.

Art.10 El esquema del plan de tesis, como mínimo, debe tener el siguiente contenido:

- a. Título de la tesis
- b. Planteamiento y justificación del tema
- c. Objetivos de la tesis
- d. Explicación del método de trabajo
- e. Indicación de la bibliografía básica.

Art.11 La aprobación del plan de tesis seguirá el procedimiento señalado en el reglamento general de la Escuela de Post Grado.

Art.12 Producida la aprobación del plan de tesis, el coordinador dispondrá su registro en el libro respectivo y será suscrito por el estudiante y el asesor y el estudiante estará habilitado para iniciar su trabajo de investigación.

Art.13 Una vez concluido el desarrollo del proyecto, el maestrando redactará la tesis de acuerdo a las normas vigentes en la Escuela de Post Grado y lo presentará a su comité consejero para la revisión correspondiente.

Art.14 Una vez que el comité consejero apruebe el trabajo presentado, el maestrando solicitará la sustentación pública siguiendo las normas establecidas por la Escuela de Post Grado. La nominación del jurado y la sustentación de la tesis se registrarán por el reglamento correspondiente.

## VII. DE LOS TRASLADOS

Art.15 Los maestrandos pueden solicitar su traslado externo o interno, luego de cursar un semestre académico o haber aprobado como mínimo 09 créditos, previa aprobación del coordinador de la especialidad y el Director de la Escuela de Post Grado.

Art.16 La EPG reconocerá los asignaturas y créditos aprobados del postulante que se establezca como equivalentes a las asignaturas ofrecidas por la especialidad.

Art.17 Los estudiantes por traslado externo que no se matriculen hasta el segundo semestre posterior a su admisión perderán el derecho de ingreso a la EPG.

#### VIII. DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Art.18 El presente plan de funcionamiento regirá a partir de su aprobación por las instancias correspondientes y se aplicará a partir de la admisión 2007.

Art.19 Toda situación no contemplada en el presente reglamento será resuelta aplicando el reglamento general de la Escuela de Post Grado y normas superiores.

## MALLA CURRICULAR DE LA MAESTRIA EN AGRONEGOCIOS

