



GUÍA DOCENTE 2019-2020
**MARKETING Y COMUNICACIÓN EN LA ECONOMÍA
CIRCULAR**

1. Denominación de la asignatura:

MARKETING Y COMUNICACIÓN EN LA ECONOMÍA CIRCULAR

Titulación

MÁSTER EN ECONOMÍA CIRCULAR

Código

8146

2. Materia o módulo a la que pertenece la asignatura:

GESTIÓN EN EMPRESAS DE ECONOMÍA CIRCULAR

3. Departamento(s) responsable(s) de la asignatura:

ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

4.a Profesor que imparte la docencia (Si fuese impartida por mas de uno/a incluir todos/as) :

ESTHER CALDERON MONGE (ecalderon@ubu.es) y ALICIA IZQUIERDO YUSTA (aliciaizq@ubu.es)

4.b Coordinador de la asignatura

ESTHER CALDERON MONGE, Depacho 2073, Teléfono: 947258967, email: ecalderon@ubu.es

5. Curso y semestre en el que se imparte la asignatura:

1º CURSO; 2º SEMESTRE



6. Tipo de la asignatura: (Básica, obligatoria u optativa)

Obligatoria

7. Número de créditos ECTS de la asignatura:

3

8. Competencias que debe adquirir el alumno/a al cursar la asignatura

Competencias básicas:

CB6.- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

CB7.- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CB8.- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB9.- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CB10.- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Competencias generales:

CG1.- Adquirir la capacidad de aprendizaje autónomo integrando la experiencia profesional previa con los nuevos conocimientos adquiridos y preocupación por el saber y la formación permanente.

CG2.- Desarrollar la capacidad para la adaptación a contextos nuevos, cambiantes, globalizados o multidisciplinares.

CG3.- Adquirir las habilidades relacionadas con el uso de programas informáticos para el cálculo, análisis de datos y procesamiento de los mismos, dentro de su campo de aplicación.

CG4.- Desarrollar la capacidad de búsqueda selectiva y gestión de la información, haciendo uso de bases de datos y repositorios apropiados.

CG7.- Demostrar la capacidad de liderazgo en el desarrollo de proyectos y de trabajar en un equipo interdisciplinar.

Competencias específicas:

CE1.- Entender y relacionar los conceptos clave de la economía circular, transfiriéndolos al ámbito empresarial.

CE9.- Adaptar a un entorno de Economía Circular las herramientas de marketing y



comunicación aplicadas en entornos convencionales y proponer nuevos modelos en su diseño

CE10.- Analizar y desarrollar modelos de negocio circulares y colaborativos.

CE14.- Integrar los aspectos éticos y políticas de comportamiento del consumidor en la toma de decisiones orientadas hacia la Economía Circular.

CE16.- Desarrollar la capacidad para argumentar, comunicar y transferir resultados y conclusiones derivadas de análisis económico, sostenible e ingenieril.

CE17.- Desarrollar una actitud y pensamiento crítico con los objetivos y comportamientos económicos predominantes en las sociedades actuales, así como reflexionar sobre alternativas de actuación.

CE18.- Resolver de modo creativo problemas comerciales relacionados con la economía circular, especialmente en entornos nuevos, desconocidos o con información limitada.

Competencias transversales:

CT1.- Desarrollar la capacidad para la toma de decisiones, tanto en entornos conocidos como nuevos.

CT2.- Desarrollar el razonamiento crítico.

CT3.- Desarrollar habilidades interpersonales.

CT4.- Adquirir compromiso con la ética y responsabilidad con la sociedad y el desarrollo sostenible, incluyendo aspectos como inclusión y la promoción de una cultura de paz y valores democráticos.

CT5.- Desarrollar y aplicar un pensamiento holístico, reflexionando a partir de la integración de aprendizajes diversos en campos multidisciplinares, que ayude a abordar situaciones complejas.

9. Programa de la asignatura

9.1- Objetivos docentes
1.- Comprender el mercado y la demanda para conectarles a la Economía Circular 2.- Conocer y aplicar el Marketing de las 4E's y su aplicación a la Economía Circular 3.- Conocer y aplicar las herramientas de marketing digital para comunicar y distribuir los productos de la economía circular
9.2- Unidades docentes (Bloques de contenidos)
1. DE LA ACTUAL CULTURA DE CONSUMO DE LAS PERSONAS AL CONSUMO SOSTENIBLE 1.1 Marketing de lo ecológico y sostenible en la sociedad de la comunicación. 1.2. Paradojas y contradicciones: Más confusión para el consumidor



1.3. Es la era de la sostenibilidad, del respeto del medio ambiente

1.4. Más allá de la 3R's (Reducir, Reusar y Reciclar): Hacia el rediseño y la reimaginación

2. ANÁLISIS DEL MERCADO DE CONSUMIDORES SOCIALMENTE RESPONSABLE

2.1. Nuevas marcas, nuevos consumidores

2.2. Cambio de mentalidad: Greenfobia

2.3. Exceso de información y comunicación: Greennoise

2.4. El peligro del greenwashing

3.- DEL MARKETING MIX AL MARKETING DE LAS 4E's PASANDO POR EL MARKETING DE LAS 4C's PARA LA ECONOMÍA CIRCULAR.

3.1. Desarrolla un plan: Ten una hoja de ruta

3.2. Empieza por lo fácil: el envase y etiqueta sostenible

3.3. Reinventa el producto, la categoría y la marca

3.4. Fija un precio justo

3.5. Comunica con influenciadores y el consumidor como aliado

9.3- Bibliografía

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Camarero Arribas, Tomás, (2010) La ventaja sostenible. Cómo construir marketing de diferenciación desde la sostenibilidad, 1ª edición, Icaria,



10. Metodología de enseñanza y aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante:

Presentación y discusión de contenidos. Autoaprendizaje Trabajo en grupo Exposiciones públicas Conferencias, seminarios y debates Tutorías (virtuales y/o presenciales) Evaluación
--

Metodología	Competencia relacionada	Horas presenciales	Horas de trabajo	Total de horas
Presentación y discusión de los contenidos	CG2, CB6, CB7, CB8, CG6, CT2, CT4, CT5, CE9, CE1,CE14, CE17, CE18	3	3	6
Autoaprendizaje	CB10, CG1,, CE9, CE14	0	60	60
Trabajo en grupo	CB7, CB10, CG2, CG3, CG4, CG6, CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CE9, CE10, CE14, CE18	1	3	4
Exposiciones públicas	CB9, CT2,CT4, CE9, CE14, CE18	2	0	2
Conferencias, seminarios y debates	CB6, CB8, CT2, CT3, CT4, CE14, CE18	1	0	1
Tutorías (virtuales y/o presenciales)	CG5, CG7, CT1, CT5, CE16	1	0	1
Evaluación	CE1, CE2, CE9, CE14, CE18	1	0	1
Total		9	66	75



11. Sistemas de evaluación:

Procedimiento	Peso primera convocatoria	Peso segunda convocatoria
Participación activa, aportaciones y actitud en las actividades formativas (por ejemplo, participación en las clases presenciales, debates, seminarios y foros)	20 %	20 %
2. Trabajos académicos acorde con los contenidos de la asignatura (por ejemplo, trabajo en grupo, estudios de caso).	40 %	40 %
3. Prueba de evaluación final.	40 %	40 %
Total	100 %	100 %

12. Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial:

Explicación de contenidos con apoyo de presentaciones y vídeos.
Materiales y actividades en la plataforma Moodle
Tutoría online y presencial
Empleo del foro

13. Calendarios y horarios:

De acuerdo a lo publicado en la página web del Título

14. Idioma en que se imparte:

ESPAÑOL