



GUÍA DOCENTE 2020-2021
**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,
Cubillo, I. y Pérez de la Romana, M. J., (2010) Cinco documentos sobre consumo responsable. En Revista de Estudios Sociológicos y de Sociología Aplicada, Caritas Editorial,
Distribución y consumo, (2020) Objetivos de Desarrollo Sostenible. Agenda 2030, Año, 30, Vol. 1, www.mercasa.es.



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 %

Evaluación excepcional:

En el SISTEMA DE EVALUACIÓN EXCEPCIONAL se exigirá realizará las mismas pruebas que se solicitan en el sistema ordinario para garantizar la adquisición de determinadas competencias, otorgando la misma ponderación y calificación que se otorga en el sistema ordinario.

El alumno/a habrá de solicitar este tipo de evaluación dentro de los plazos previstos en el Reglamento de Evaluación de la Universidad (Art. 9).

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



MODELO PARA RECOGER LAS ADAPTACIONES/ADENDAS DE LAS GUÍAS DOCENTES 2020-2021		
TITULACIÓN	Máster en Economía Circular	
CURSO	1º	
ASIGNATURA / CÓDIGO	Marketing y comunicación en la Economía Circular / 8146	
SEMESTRE (1.º/2.º)	2º	
TIPO DE ASIGNATURA Y CRÉDITOS	Obligatoria	3
COORDINADOR/A	Esther Calderón Monge	
PROFESORADO	Esther Calderón Monge; Alicia Izquierdo Yusta	
CAMBIOS EN LA METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE RESPECTO A LA GUÍA INICIALMENTE APROBADA PARA UN CONTEXTO DE PRESENCIALIDAD		
1. Por razones de reorganización de espacios y tiempos (paso del escenario A al B) <u>para aquellas materias que proceda</u> NO PROCEDE 2. Ante un eventual rebrote de la enfermedad con paso al escenario C, <u>para todas las materias</u> Todas las sesiones serán impartidas en streaming mediante la Sala Virtual del Máster. Los estudiantes se conectarán a dicha sala de forma síncrona, de forma que no se verá alterada la programación de la asignatura.		
CAMBIOS EN LA ATENCIÓN TUTORIAL DE LOS ESTUDIANTES:		
1. Por razones de reorganización de espacios y tiempos (paso del escenario A al B) <u>para aquellas materias que proceda</u> NO PROCEDE 2. Ante un eventual rebrote de la enfermedad con paso al escenario C, <u>para todas las materias</u> Se realizarán empleando medios telemáticos, siempre con cita previa.		



CAMBIOS EN LOS SISTEMAS DE EVALUACIÓN (especifique los nuevos procedimientos y el peso relativo asignado a la calificación)

1. Por razones de reorganización de espacios y tiempos (paso del escenario A al B) para aquellas materias que proceda

NO PROCEDE

2. Ante un eventual rebrote de la enfermedad con paso al escenario C, para todas las materias

Los procedimientos consignados en la Guía Docente aprobada para esta asignatura se mantendrán idénticos utilizando las herramientas disponibles en la Universidad de Burgos para su realización y evaluación.

CALENDARIO DE PRUEBAS DE EVALUACIÓN NO PRESENCIAL (las pruebas presenciales se ajustarán al calendario establecido por los centros, pudiendo modificar el mismo si la evaluación no presencial utilizase otros procedimientos)

Se mantendrán los calendarios propuestos por el centro.

COMENTARIOS

Dada la naturaleza del Máster en Economía Circular, que es Semipresencial, ya se combina la presencialidad física en el aula con estudiantes presentes de forma síncrona en la Sala Virtual.

Por tanto, toda la programación, está pensada para que pueda ser desarrollada por estudiantes que acuden en streaming (en la Sala Virtual).

Así, en el peor escenario, de confinamiento, todos los estudiantes pasarían a streaming, sin que eso alterase el correcto desarrollo de la programación de las asignaturas y, por ende, del Máster.