



GUÍA DOCENTE 2022-2023
**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,

Dangelico, R.M. y Vocalelli, D., (2017) Green Marketing: An analysis of definitions, strategy steps, and tools through a systematic review of the literature, Elsevier, Journal of Cleaner Production, 165, 1263-1279

Distribución y consumo, (2020) Objetivos de Desarrollo Sostenible. Agenda 2030, Año, 30, Vol. 1, www.mercasa.es.



9.4- Acceso a la Bibliografía Recomendada desde Leganto

https://leganto.ubu.es/leganto/public/34BUC_UBU/lists?courseCode=8146&auth=SAML

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:

Para la realización de tutorías y exámenes, resulta imprescindible disponer de webcam y micrófono activados. Además, determinadas pruebas de evaluación podrán realizarse mediante videoconferencia (Teams, vinculada a la cuenta de alumno de la UBU) y/o requerir validación de identidad mediante el uso de sistemas de reconocimiento facial). El sistema de evaluación para estudiantes de intercambio deberá ser modificado en el supuesto de que los calendarios de las universidades de origen y de destino no sean coincidentes.

De acuerdo con el artículo 17.2 del Reglamento de Evaluación de la Universidad de Burgos, los estudiantes que lleven a cabo realización fraudulenta de alguna prueba o trabajo exigido en la evaluación (copia, plagio, etc.) de la asignatura podrán ser calificados con una calificación de cero en el curso académico en el que se produzca el fraude.

El profesor podrá utilizar cualquier herramienta antiplagio que la Universidad ponga a su disposición para asegurar que no ha habido copia o plagio en ninguna de las pruebas de evaluación realizadas por los estudiantes. Si el estudiante no autorizara su uso no podrá ser evaluado de ese procedimiento y se le calificará con un cero.

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