



UNIVERSIDAD  
POLITÉCNICA  
DE MADRID

PROCESO DE  
COORDINACIÓN DE LAS  
ENSEÑANZAS PR/CL/001



Etsi Agronómica, Aliment. y  
Biosistemas

# ANX-PR/CL/001-01

## GUÍA DE APRENDIZAJE

### ASIGNATURA

**205000029 - Estrategias De Marketing Sostenible**

### PLAN DE ESTUDIOS

20BI - Grado En Ciencias Agrarias Y Bioeconomía

### CURSO ACADÉMICO Y SEMESTRE

2025/26 - Primer semestre

## Índice

---

### Guía de Aprendizaje

|  |   |
|--|---|
| 1. Datos descriptivos.....                       | 1 |
| 2. Profesorado.....                              | 1 |
| 3. Competencias y resultados de aprendizaje..... | 2 |
| 4. Descripción de la asignatura y temario.....   | 3 |
| 5. Cronograma.....                               | 5 |
| 6. Actividades y criterios de evaluación.....    | 7 |
| 7. Recursos didácticos.....                      | 8 |
| 8. Otra información.....                         | 9 |

## 1. Datos descriptivos

---

### 1.1. Datos de la asignatura

|  |   |
|--|---|
| <b>Nombre de la asignatura</b>             | 205000029 - Estrategias de Marketing Sostenible |
| <b>No de créditos</b>                      | 4 ECTS  |
| <b>Carácter</b>                            | Obligatoria                                     |
| <b>Curso</b>                               | Tercero curso                                   |
| <b>Semestre</b>                            | Quinto semestre                                 |
| <b>Período de impartición</b>              | Septiembre-Enero                                |
| <b>Idioma de impartición</b>               | Castellano                                      |
| <b>Titulación</b>                          | 20BI - Grado en Ciencias Agrarias y Bioeconomía |
| <b>Centro responsable de la titulación</b> | 20 - Etsi Agronómica, Aliment. Y Biosistemas    |
| <b>Curso académico</b>                     | 2025-26   |

## 2. Profesorado

---

### 2.1. Profesorado implicado en la docencia

| <b>Nombre</b>                            | <b>Despacho</b> | <b>Correo electrónico</b> | <b>Horario de tutorías</b><br>*        |
|--|-----------------|---------------------------|--|
| Teresa Briz De Felipe<br>(Coordinador/a) | Dept. Ec Agrar  | teresa.briz@upm.es        | X - 11:00 - 12:30<br>J - 10:30 - 13:00 |

\* Las horas de tutoría son orientativas y pueden sufrir modificaciones. Se deberá confirmar los horarios de tutorías con el profesorado.

## 3. Competencias y resultados de aprendizaje

---

### 3.1. Competencias

CB04 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

CE15 - Capacidad para conocer y aplicar los principios del marketing a los productos agrarios.

CE25 - Conocer y aplicar los principios de la Bioeconomía, así como las herramientas de análisis y gestión integrada de recursos y bioproductos.

CG06 - Adquirir la formación profesional en los aspectos básicos de la gestión y comercialización de los productos y servicios agrarios.

CG10 - Familiarizarse con el estudio de las interrelaciones entre las distintas perspectivas ecológicas, tecnológicas, económicas y sociales en relación con las Ciencias Agrarias y la Bioeconomía.

CT04 - Capacidad para comunicar a todo tipo de audiencias en lengua castellana e inglesa y tanto de forma oral como escrita.

CT08 - Ser capaz de manejar las tecnologías de la información y comunicación en un contexto profesional.

### 3.2. Resultados del aprendizaje

RA183 - Capacidad para diseñar dichas estrategias teniendo en cuenta la percepción de todos los stakeholders, así como aspectos socioeconómicos y medioambientales.

RA182 - Capacidad para identificar y clasificar las estrategias de marketing aplicadas en la cadena de valor de productos de la bioeconomía.

RA181 - Capacidad para realizar un análisis del mercado y detectar las necesidades del consumidor.

## 4. Descripción de la asignatura y temario

---

### 4.1. Descripción de la asignatura

La asignatura de Estrategias de Marketing Sostenible pretende dar a los alumnos una visión general de la comercialización, los mercados y las cadenas de valor teniendo en cuenta la sostenibilidad. A lo largo del curso el alumno se familiarizará con los conceptos básicos del marketing, incluyendo la investigación comercial, la estrategia de marketing, los instrumentos del marketing mix (producto, precio, distribución (posición) y promoción) y la innovación como motor de marketing. Se estudiarán las posibles estrategias a aplicar en un mercado global donde una serie de valores, como la sostenibilidad, están emergiendo con fuerza. Por último, se estudiarán las cadenas de valor alimentarias tanto en países desarrollados como en vías de desarrollo.

### 4.2. Temario de la asignatura

1. Introducción al marketing
  - 1.1. Características del marketing
  - 1.2. Marketing sostenible
2. Estrategias de marketing (1): Estrategias de producto
  - 2.1. Concepto de marketing mix
  - 2.2. Concepto de producto
  - 2.3. Características
  - 2.4. Ciclo de vida
  - 2.5. Desarrollo de nuevos productos
  - 2.6. Marcas comerciales y etiquetado
3. Estrategias de marketing (2): Estrategias de precio
  - 3.1. Conceptos generales
  - 3.2. Características productos agrarios
4. Estrategias de marketing (3): Estrategias de posición
  - 4.1. Conceptos generales
  - 4.2. Canales comerciales: características y tipos
  - 4.3. Canales cortos de distribución

## 5. Estrategias de marketing (4): Estrategias de promoción

- 5.1. Decisiones importantes
- 5.2. Estrategias publicitarias
- 5.3. Características de la promoción
- 5.4. Evaluación de las promociones

## 6. Innovación social

- 6.1. Innovación y sostenibilidad
- 6.2. Análisis económico de la sostenibilidad

## 7. Análisis de la cadena de valor alimentaria (CVA)

- 7.1. Aspectos básicos de la CVA
- 7.2. Antecedentes
- 7.3. Características

## 8. Análisis de las cadenas de valor sostenibles

- 8.1. Conceptos básicos
- 8.2. Características particulares
- 8.3. Principios básicos del desarrollo de CVAS

## 5. Cronograma

### 5.1. Cronograma de la asignatura \*

| Sem | Actividad tipo 1  | Actividad tipo 2 | Tele-enseñanza | Actividades de evaluación  |
|-----|---|------------------|----------------|--|
| 1   | <b>Clases Tema 1</b><br>Duración: 02:00<br>LM: Actividad del tipo Lección Magistral<br><br><b>Trabajo de grupo</b><br>Duración: 01:00<br>AC: Actividad del tipo Acciones Cooperativas |                  |                |  |
| 2   | <b>Clases Tema 1</b><br>Duración: 02:00<br>LM: Actividad del tipo Lección Magistral<br><br><b>Clases Tema 2</b><br>Duración: 01:00<br>LM: Actividad del tipo Lección Magistral        |                  |                |  |
| 3   | <b>Clases Tema 2</b><br>Duración: 03:00<br>LM: Actividad del tipo Lección Magistral   |                  |                |  |
| 4   | <b>Clases Tema 2</b><br>Duración: 03:00<br>LM: Actividad del tipo Lección Magistral   |                  |                |  |
| 5   | <b>Clases Tema 3</b><br>Duración: 03:00<br>LM: Actividad del tipo Lección Magistral   |                  |                |  |
| 6   | <b>Clases Tema 4</b><br>Duración: 02:00<br>LM: Actividad del tipo Lección Magistral   |                  |                | <b>Presentación trabajo individual</b><br>PI: Técnica del tipo Presentación Individual<br>Evaluación Progresiva<br>Presencial<br>Duración: 01:00 |
| 7   | <b>Clases Tema 5</b><br>Duración: 03:00<br>LM: Actividad del tipo Lección Magistral   |                  |                |  |
| 8   | <b>Clases Tema 5</b><br>Duración: 02:00<br>LM: Actividad del tipo Lección Magistral   |                  |                | <b>Presentación trabajo individual</b><br>PI: Técnica del tipo Presentación Individual<br>Evaluación Progresiva<br>Presencial<br>Duración: 01:00 |
| 9   |   |                  |                | <b>Prueba de evaluación continua</b><br>EX: Técnica del tipo Examen Escrito<br>Evaluación Progresiva<br>Presencial<br>Duración: 01:00            |

|    |   |  |  |   |
|----|---|--|--|---|
| 10 | <b>Clases Tema 6</b><br>Duración: 02:00<br>LM: Actividad del tipo Lección Magistral   |  |  |   |
| 11 | <b>Clases Tema 7</b><br>Duración: 02:00<br>LM: Actividad del tipo Lección Magistral<br><br><b>Trabajo en grupo</b><br>Duración: 01:00<br>AC: Actividad del tipo Acciones Cooperativas |  |  |   |
| 12 | <b>Clases Tema 7</b><br>Duración: 03:00<br>LM: Actividad del tipo Lección Magistral   |  |  |   |
| 13 | <b>Clases Tema 7</b><br>Duración: 02:00<br>LM: Actividad del tipo Lección Magistral<br><br><b>Clases Tema 8</b><br>Duración: 01:00<br>LM: Actividad del tipo Lección Magistral        |  |  |   |
| 14 | <b>Clases Tema 8</b><br>Duración: 02:00<br>LM: Actividad del tipo Lección Magistral   |  |  |   |
| 15 |   |  |  | <b>Presentación trabajos grupales</b><br>PG: Técnica del tipo Presentación en Grupo<br>Evaluación Progresiva<br>Presencial<br>Duración: 03:00   |
| 16 |   |  |  |   |
| 17 |   |  |  | <b>Examen final</b><br>EX: Técnica del tipo Examen Escrito<br>Evaluación Progresiva<br>Presencial<br>Duración: 00:00<br><br><b>Examen final</b><br>EX: Técnica del tipo Examen Escrito<br>Evaluación Global<br>No presencial<br>Duración: 00:00 |

Para el cálculo de los valores totales, se estima que por cada crédito ECTS el alumno dedicará dependiendo del plan de estudios, entre 26 y 27 horas de trabajo presencial y no presencial.

## 6. Actividades y criterios de evaluación

### 6.1. Actividades de evaluación de la asignatura

#### 6.1.1. Evaluación (progresiva)

| Sem. | Descripción                     | Modalidad                                    | Tipo       | Duración | Peso en la nota | Nota mínima | Competencias evaluadas               |
|------|---------------------------------|--|------------|----------|-----------------|-------------|--------------------------------------|
| 6    | Presentación trabajo individual | PI: Técnica del tipo Presentación Individual | Presencial | 01:00    | 10%             | 5 / 10      | CB04<br>CT04<br>CE15                 |
| 8    | Presentación trabajo individual | PI: Técnica del tipo Presentación Individual | Presencial | 01:00    | 10%             | 5 / 10      |                                      |
| 9    | Prueba de evaluación continua   | EX: Técnica del tipo Examen Escrito          | Presencial | 01:00    | 30%             | 5 / 10      | CG06<br>CG10<br>CT04<br>CE15<br>CE25 |
| 15   | Presentación trabajos grupales  | PG: Técnica del tipo Presentación en Grupo   | Presencial | 03:00    | 20%             | 5 / 10      | CB04<br>CT04<br>CT08                 |
| 17   | Examen final                    | EX: Técnica del tipo Examen Escrito          | Presencial | 00:00    | 30%             | 5 / 10      | CE15                                 |

#### 6.1.2. Prueba evaluación global

| Sem | Descripción  | Modalidad                           | Tipo          | Duración | Peso en la nota | Nota mínima | Competencias evaluadas                       |
|-----|--------------|-------------------------------------|---------------|----------|-----------------|-------------|--|
| 17  | Examen final | EX: Técnica del tipo Examen Escrito | No Presencial | 00:00    | 100%            | 5 / 10      | CB04<br>CG06<br>CG10<br>CT08<br>CE15<br>CE25 |

### 6.1.3. Evaluación convocatoria extraordinaria

No se ha definido la evaluación extraordinaria.

## 6.2. Criterios de evaluación

Los alumnos realizarán tres presentaciones en clase. Las dos primeras serán individuales y la última será grupal.

Los alumnos deberán entregar un documento escrito previo a la presentación y el material utilizado en la misma.

## 7. Recursos didácticos

---

### 7.1. Recursos didácticos de la asignatura

| Nombre                 | Tipo         | Observaciones  |
|------------------------|--------------|--|
| Calomarde, J.V. (2000) | Bibliografía | Marketing ecológico. Ediciones Pirámide y Esic Internacional. Madrid                             |
| Chamorro, A: (2001)    | Bibliografía | Marketing ecológico; sí, marketing ecológico. Puertas a las lecturas. Universidad de Extremadura |

## 8. Otra información

---

### 8.1. Otra información sobre la asignatura

La Comisión de Calidad del Centro en su reunión de 29 de mayo de 2023 acordó aprobar la propuesta de reasignación de competencias transversales en las asignaturas de los Grados en Biotecnología, Ingeniería Alimentaria, Ingeniería Agrícola, Ingeniería Agroambiental, Ciencias Agrarias y Bioeconomía, y en el Máster Universitario en Ingeniería Agronómica.

En virtud de dicho acuerdo esta asignatura ha sido designada como "Asignatura Punto Control\*" de la Competencia Transversal CT6: Comunicación oral y escrita: capacidad para comunicar, ideas, problemas y soluciones, tanto a público

especializado como no especializado en castellano y en inglés. Esto significa que tiene la obligación de recopilación de evidencias de las actividades formativas y de evaluación relacionadas con dicha CT, para su consideración en los sistemas de acreditación de la calidad del Centro.

\*Asignatura punto control (APC): aquella asignatura en la que se verificará la formación y evaluación de la competencia transversal que le corresponda.

Para ello el profesorado de la asignatura ha considerado apropiado que los alumnos realicen tres presentaciones en clase. Las dos primeras serán individuales y la última será un trabajo en grupo. En todas ellas han de demostrar las ideas, el proceso creativo y la solución que aportan a la situación planteada.

La asignatura Estrategias de Marketing Sostenible se relaciona con el ODS11 "Ciudades y comunidades sostenibles" y el ODS12 "Producción y consumo responsables"