



UNIVERSIDAD  
POLITÉCNICA  
DE MADRID

PROCESO DE  
COORDINACIÓN DE LAS  
ENSEÑANZAS PR/CL/001



E.T.S.I Montes, Forestal y  
Medio Natur.

# ANX-PR/CL/001-01

## GUÍA DE APRENDIZAJE

### ASIGNATURA

**133000187 - Marketing Y Comunicación**

### PLAN DE ESTUDIOS

13AC - Master Universitario En Economía Circular

### CURSO ACADÉMICO Y SEMESTRE

2025/26 - Segundo semestre

## Índice

---

### Guía de Aprendizaje

|  |    |
|--|----|
| 1. Datos descriptivos.....                       | 1  |
| 2. Profesorado.....                              | 1  |
| 3. Conocimientos previos recomendados.....       | 2  |
| 4. Competencias y resultados de aprendizaje..... | 2  |
| 5. Descripción de la asignatura y temario.....   | 3  |
| 6. Cronograma.....                               | 5  |
| 7. Actividades y criterios de evaluación.....    | 7  |
| 8. Recursos didácticos.....                      | 10 |
| 9. Otra información.....                         | 10 |

## 1. Datos descriptivos

---

### 1.1. Datos de la asignatura

|  |  |
|--|--|
| <b>Nombre de la asignatura</b>             | 133000187 - Marketing y Comunicación             |
| <b>No de créditos</b>                      | 3 ECTS   |
| <b>Carácter</b>                            | Obligatoria                                      |
| <b>Curso</b>                               | Primer curso                                     |
| <b>Semestre</b>                            | Segundo semestre                                 |
| <b>Período de impartición</b>              | Febrero-Junio                                    |
| <b>Idioma de impartición</b>               | Castellano                                       |
| <b>Titulación</b>                          | 13AC - Master Universitario en Economía Circular |
| <b>Centro responsable de la titulación</b> | 13 - E.T.S.I. Montes, Forestal Y Medio Natur.    |
| <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>                               |
|--|-----------------|----------------------------|--|
| Camilo Muñoz Arenas                          | Edif B.Planta 4 | camilo.munoz.arenas@upm.es | Sin horario.<br>Previa cita<br>previamente                 |
| M. Carmen Aviles Palacios<br>(Coordinador/a) | Edif B.Planta 4 | carmen.aviles@upm.es       | L - 15:00 - 16:00<br>Previa cita por<br>correo electrónico |

|                   |                 |                    |  |
|-------------------|-----------------|--------------------|--|
| Sara Romero Muñoz | Edif B.Planta 4 | sara.romero@upm.es | Sin horario.<br>Previa cita<br>previamente |
|-------------------|-----------------|--------------------|--|

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

### 3. Conocimientos previos recomendados

---

#### 3.1. Asignaturas previas que se recomienda haber cursado

El plan de estudios Master Universitario en Economía Circular no tiene definidas asignaturas previas recomendadas para esta asignatura.

#### 3.2. Otros conocimientos previos recomendados para cursar la asignatura

- Economía de la Empresa /organización de Empresas

### 4. Competencias y resultados de aprendizaje

---

#### 4.1. Competencias

CB08 - 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

CB09 - 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

CE06 - El alumno será capaz de analizar proyectos de inversión y realizar modelos de negocio en el ámbito de la economía circular.

CE07 - El alumno adquirirá la capacidad del liderazgo de equipos y la toma de decisiones en la organización.

CG02 - El alumno podrá utilizar las herramientas necesarias para llevar a cabo los cambios en la empresa y en la sociedad para adoptar un modelo de economía circular.

CT02 - El alumno tendrá capacidad para utilizar herramientas de gestión administrativa y económica de los recursos humanos, materiales y financieros en la propuesta y ejecución de proyectos.

CT04 - El alumno tendrá capacidad para proponer alternativas creativas y originales, valorando su viabilidad en la solución de problemas.

CT05 - El alumno tendrá capacidad para planificar y organizar trabajos y proyectos, estableciendo los objetivos y la programación, asignando tareas y recursos y responsabilizándose de la correcta toma de decisiones.

CT06 - El alumno tendrá capacidad para liderar equipos de trabajo de diversa índole, con actitud proactiva y motivadora, comunicando con claridad los objetivos y las tareas de cada componente del equipo.

## 4.2. Resultados del aprendizaje

RA26 - Capacidad para diseñar un plan de marketing

RA23 - Que los estudiantes conozcan los fundamentos financieros

RA20 - Analizar modelos de negocio innovadores basados en una idea emprendedora del emprendimiento

RA24 - Diseñar un plan de negocio

RA74 - Capacidad para comunicar eficazmente

## 5. Descripción de la asignatura y temario

---

### 5.1. Descripción de la asignatura

En esta asignatura los estudiantes aprenderán a desarrollar un Plan de Marketing.

Para ello, desde la comprensión de las necesidades de los clientes hasta la comercialización de un producto o servicio, se profundizará en el concepto del Marketing desde una visión integradora, incluyendo aspectos de marketing digital.

Además, se analizarán las fórmulas de comunicación de modelos de negocio de Bioeconomía Circular, comprendiendo el concepto de Greenwashing.

Por último, los estudiantes aprenderán a realizar presentaciones de proyectos, tanto visual como oralmente, por lo que obtendrán conocimientos básicos en diseño y comunicación.

## 5.2. Temario de la asignatura

1. Introducción al marketing
2. Investigación de mercado y contexto
3. Marketing estratégico - comportamiento del usuario. El consumidor en entornos sostenibles.
4. La propuesta de valor.
5. Marketing mix: productos y servitización.
6. Marketing mix: Precio y distribución
7. Marketing mix: Promoción. Identidad corporativa, Plan de comunicación, Greenwashing
8. El modelo CANVAS
9. Comunicación eficaz
10. Ecoetiquetado, ciclo de vida de producto
11. Informes integrados - comunicación de actividades sostenibles

## 6. Cronograma

### 6.1. Cronograma de la asignatura \*

| Sem | Actividad tipo 1  | Actividad tipo 2  | Tele-enseñanza  | Actividades de evaluación  |
|-----|---|---|---|--|
| 1   | <p><b>Presentación de la Asignatura y de los alumnos</b><br/>Duración: 03:00<br/>LM: Actividad del tipo Lección Magistral</p> <p><b>Introducción al marketing</b><br/>Duración: 01:30<br/>LM: Actividad del tipo Lección Magistral</p> <p><b>Investigación de mercado y contexto</b><br/>Duración: 01:30<br/>LM: Actividad del tipo Lección Magistral</p> <p><b>Marketing estratégico: comportamiento del usuario.</b><br/>Duración: 01:30<br/>LM: Actividad del tipo Lección Magistral</p>   | <p><b>Trabajo colaborativo</b><br/>Duración: 04:30<br/>AC: Actividad del tipo Acciones Cooperativas</p> | <p><b>Trabajo colaborativo</b><br/>Duración: 04:00<br/>AC: Actividad del tipo Acciones Cooperativas</p> |  |
| 2   | <p><b>Propuesta de valor</b><br/>Duración: 03:00<br/>LM: Actividad del tipo Lección Magistral</p> <p><b>Marketing Mix: Productos y servicios</b><br/>Duración: 01:30<br/>LM: Actividad del tipo Lección Magistral</p> <p><b>Marketing Mix: Precio y distribución</b><br/>Duración: 01:30<br/>LM: Actividad del tipo Lección Magistral</p> <p><b>Marketing mix: Promoción. Identidad corporativa</b><br/>Duración: 01:30<br/>LM: Actividad del tipo Lección Magistral</p>  | <p><b>Trabajo colaborativo</b><br/>Duración: 06:00<br/>AR: Aprendizaje basado en retos</p>              | <p><b>Trabajo colaborativo</b><br/>Duración: 04:00<br/>AC: Actividad del tipo Acciones Cooperativas</p> |  |
| 3   | <p><b>Marketing Mix: Promoción. Plan de Comunicación y Greenwashing</b><br/>Duración: 01:30<br/>LM: Actividad del tipo Lección Magistral</p> <p><b>El modelo CANVAS + Pitch: Técnicas de comunicación oral.</b><br/>Duración: 01:30<br/>LM: Actividad del tipo Lección Magistral</p> <p><b>Análisis de Ciclo de Vida, ecoetiquetado y reportes no financieros</b><br/>Duración: 03:00<br/>LM: Actividad del tipo Lección Magistral</p> <p><b>Reportes no financieros</b><br/>Duración: 01:30<br/>LM: Actividad del tipo Lección Magistral</p> | <p><b>Trabajo colaborativo</b><br/>Duración: 04:30<br/>AR: Aprendizaje basado en retos</p>              | <p><b>Trabajo colaborativo</b><br/>Duración: 04:00<br/>AC: Actividad del tipo Acciones Cooperativas</p> | <p><b>Examen gamificado</b><br/>OT: Otras técnicas evaluativas<br/>Evaluación Progresiva<br/>Presencial<br/>Duración: 00:30</p> <p><b>Presentación y defensa de trabajo</b><br/>TG: Técnica del tipo Trabajo en Grupo<br/>Evaluación Progresiva<br/>Presencial<br/>Duración: 02:00</p> <p><b>Evaluación 360</b><br/>OT: Otras técnicas evaluativas<br/>Evaluación Progresiva<br/>No presencial<br/>Duración: 00:30</p> |

|    |  |  |  |   |
|----|--|--|--|---|
|    |  |  |  | <b>Entrega de trabajo</b><br>TG: Técnica del tipo Trabajo en Grupo<br>Evaluación Progresiva<br>Presencial<br>Duración: 01:00  |
| 4  |  |  |  |   |
| 5  |  |  |  |   |
| 6  |  |  |  |   |
| 7  |  |  |  |   |
| 8  |  |  |  |   |
| 9  |  |  |  |   |
| 10 |  |  |  |   |
| 11 |  |  |  |   |
| 12 |  |  |  |   |
| 13 |  |  |  |   |
| 14 |  |  |  |   |
| 15 |  |  |  |   |
| 16 |  |  |  |   |
| 17 |  |  |  | <b>Entrega de trabajo</b><br>TG: Técnica del tipo Trabajo en Grupo<br>Evaluación Global<br>Presencial<br>Duración: 01:00<br><br><b>Presentación y defensa de trabajo</b><br>TG: Técnica del tipo Trabajo en Grupo<br>Evaluación Global<br>Presencial<br>Duración: 02:00 |

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.

## 7. Actividades y criterios de evaluación

### 7.1. Actividades de evaluación de la asignatura

#### 7.1.1. Evaluación (progresiva)

| Sem. | Descripción                       | Modalidad                             | Tipo          | Duración | Peso en la nota | Nota mínima | Competencias evaluadas                                       |
|------|-----------------------------------|---------------------------------------|---------------|----------|-----------------|-------------|--|
| 3    | Examen gamificado                 | OT: Otras técnicas evaluativas        | Presencial    | 00:30    | 20%             | 5 / 10      | CB08<br>CB09<br>CT02<br>CT04<br>CT05<br>CG02                 |
| 3    | Presentación y defensa de trabajo | TG: Técnica del tipo Trabajo en Grupo | Presencial    | 02:00    | 40%             | 5 / 10      | CB09<br>CT02<br>CT04<br>CT05<br>CT06<br>CE07<br>CE06<br>CG02 |
| 3    | Evaluación 360                    | OT: Otras técnicas evaluativas        | No Presencial | 00:30    | %               | / 10        | CB08<br>CB09<br>CT06   |
| 3    | Entrega de trabajo                | TG: Técnica del tipo Trabajo en Grupo | Presencial    | 01:00    | 40%             | 5 / 10      | CT04<br>CT05<br>CB08<br>CB09                                 |

#### 7.1.2. Prueba evaluación global

| Sem | Descripción                       | Modalidad                             | Tipo       | Duración | Peso en la nota | Nota mínima | Competencias evaluadas   |
|-----|-----------------------------------|---------------------------------------|------------|----------|-----------------|-------------|--|
| 17  | Entrega de trabajo                | TG: Técnica del tipo Trabajo en Grupo | Presencial | 01:00    | 40%             | 5 / 10      |  |
| 17  | Presentación y defensa de trabajo | TG: Técnica del tipo Trabajo en Grupo | Presencial | 02:00    | 60%             | 5 / 10      | CB08<br>CB09<br>CT02<br>CT04<br>CT05<br>CT06<br>CE07<br>CE06<br>CG02 |

### 7.1.3. Evaluación convocatoria extraordinaria

| Descripción                      | Modalidad                                    | Tipo       | Duración | Peso en la nota | Nota mínima | Competencias evaluadas   |
|----------------------------------|--|------------|----------|-----------------|-------------|--|
| Entrega de plan de marketing     | TI: Técnica del tipo Trabajo Individual      | Presencial | 01:00    | 40%             | 5 / 10      | CB08<br>CB09<br>CT02<br>CT04<br>CT05<br>CT06                         |
| Exposición y defensa de proyecto | PI: Técnica del tipo Presentación Individual | Presencial | 01:00    | 60%             | 5 / 10      | CT02<br>CT04<br>CT05<br>CT06<br>CB08<br>CB09<br>CE07<br>CE06<br>CG02 |

## 7.2. Criterios de evaluación

### Trabajo en grupo

Se deberá preparar y presentar un plan de marketing.

Entrega de informe: Se evaluarán los siguientes aspectos:

- Formato del documento. Página de título, autor, asignatura, fecha, correctamente formateado, escrito, sin faltas de ortografía o gramaticales.
- Extensión máxima: 20 páginas sin incluir anexos
- Se presenta mediante herramientas digitales (pdf, ppt, otros) y se evalúa el diseño y la presentación oral, en contenido y en forma.

- Referencias utilizadas: Se utilizan referencias relevantes. Se citan adecuadamente en el texto y en resumen de referencias. Se utilizan al menos 5 referencias adicionales a las proporcionadas por la asignatura

## Contenido

- Marketing estratégico: Se ha definido la propuesta de valor a través de un CANVAS
- Marketing operativo: Se ha detectado un problema/necesidad y se ha definido una solución a través de un producto o servicio basado en la naturaleza. Se ha definido el marketing mix adecuado.
- Conclusión: Respuesta adecuada y bien justificada al problema, se delimitan los alcances y limitaciones

Valoración general: Ofrece un hilo lógico de exposición

Entrega en tiempo y forma. En caso de que no fuera así, se reducirá la calificación un 30%

## Examen gamificado

Preguntas tipo test

## 8. Recursos didácticos

---

### 8.1. Recursos didácticos de la asignatura

| Nombre                          | Tipo         | Observaciones  |
|---------------------------------|--------------|--|
| Plataforma de la Unidad Docente | Recursos web | <a href="http://www.udoeupm.es">www.udoeupm.es</a>   |
| IA en el aula. Informe UPM      | Bibliografía | Integración de la Inteligencia Artificial en la Educación Superior: Potencial, Desafíos y Oportunidades. UPM. Disponible en: <a href="https://oa.upm.es/83317/">https://oa.upm.es/83317/</a> |

## 9. Otra información

---

### 9.1. Otra información sobre la asignatura

Cualquier elemento de esta guía puede modificarse

Objetivos de Desarrollo Sostenible trabajados

Siguiendo la Guía ¿Cómo evaluar los ODS en las universidades? (REDS, 2020), es necesario determinar de qué manera esta asignatura influye o trabaja en todos o algunos ODS. En este caso los ODS que se tratan de manera principal son:

- ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico. Se hace ver al alumno la necesidad de ofrecer green jobs en los proyectos empresariales
- ODS 9: Industria, innovación e infraestructura. Se promueve la generación de nuevos modelos de negocios que aporten soluciones basadas en naturaleza.
- ODS 11: Ciudades y comunidades sostenibles. Se ha de perseguir el equilibrio presupuestario o el ahorro económico, asegurando unos servicios y espacios universitarios de calidad en los que desempeñar las funciones académicas. Esto supone no sólo mirar de puertas para adentro de la universidad, sino también de conectarse con el territorio, del que depende para la provisión de servicios ecosistémicos.
- ODS 12: Producción y consumo responsables. Se promueve la generación de pautas circulares y eficientes.
- ODS 13, 14, 15: Se promueven ideas de negocio que estén vinculados con soluciones basadas en la naturaleza, MEEB o capital natural lo que incide en una mejora de la acción climática, la protección de ecosistemas acuáticos y terrestres, objetivo clave en la Ingeniería de Montes.
- ODS 17. Alianzas para lograr los ODS. La universidad en general y UDOE, en el marco de su autonomía son generadores de alianzas con su área de influencia de una forma directa e indirectamente, por su capacidad de experimentar modelos alternativos de funcionamiento y organización, y servir de ejemplo para otras instituciones de las que aprender mutuamente, atendiendo a los problemas que el entorno local pero también global necesita, por medio de sus programas de cooperación internacional. En esta asignatura se demuestra esta alianza al organizar de manera conjunta con el Colegio de Ingenieros de Montes el Curso de Emprendimiento Sostenible, curso que es fundamental en el desarrollo de la asignatura.

Posibilidades de innovación docente, enmarcadas en las actividades del Grupo de Innovación Educativa - treeNNOVA Talent

Más allá de estos objetivos se pretende que esta asignatura sea la base para continuar en el camino emprendedor. Dependiendo de la implicación del equipo promotor y el potencial de la idea de negocio se posibilitará un itinerario que permita que esta idea sea puesta en marcha, dado que se considera que en el sector forestal se necesitan innovadores y emprendedores procedentes del propio sector. Entre los posibles hitos de este

itinerario se encuentran, entre otros:

- Premio treeNNOVA a la mejor idea emprendedora. Se otorgará a quien decida el Tribunal formado a tal efecto, de entre los proyectos presentados y defendidos al finalizar la asignatura.
- Participación en Actúa UPM, programa de emprendimiento de la UPM. En los últimos 5 años se ha colaborado en la redacción de más de 15 ideas de las cuales 12 han pasado a las fases de incubación.
- Participación en HackForGood, hackaton organizado por la Red de Cátedras de Telefónica. Se ha participado activamente en las dos últimas ediciones. En ellas 5 grupos tutelados por UDOE han sido premiados. El más relevante, BlooMod está en la aceleradora Wayra.
- Participación en diferentes programas de incubación y aceleración, entre los que se encuentra UFIL, EOHUB o Wasec.
- Consultoría respecto de vías de financiación y potenciación de las ideas emprendedoras
- Posibilidad de considerar un plan de negocio más elaborado como Trabajo Fin de Máster. En los últimos 5 años se han realizado 7 TFM que han sido el germen de 4 proyectos emprendedores reales: BlooMod, LeavesDesign, GreenJoy y CartonLab.

Posibilidades de investigación aplicada en la docencia

Los proyectos en los que el equipo docente ha participado o dirigido ofrecen documentación útil para profundizar en el aprendizaje y la detección de áreas innovadoras en el entorno MEEB y del sector forestal. Entre ellos, caben citar:

- Investigaciones del grupo de especialistas de green jobs en UNECE/FAO: Se podrán utilizar como estudios de caso los informes emitidos por este grupo para determinar qué se considera un trabajo decente aplicado al mundo forestal.
- ERASMUS+ ECOSTAR: Este programa provee de estudios de caso de emprendimientos exitosos en el ámbito MEEB a fin de que los alumnos puedan desarrollar su propio proyecto.
- URBAN INNOVATIVE ACTION - UFIL: Este proyecto ofrece información sobre nichos de bioeconomía forestal así como documentación útil para desarrollar proyectos innovadores.
- ERASMUS+ EOHUB: Proyecto del cual se extraen estudios de caso centrados en un ámbito muy específico, el de los aceites esenciales.
- ERASMUS + WATERSEC: Proyecto que provee de estudios de caso centrados en la innovación que hay detrás de los procesos de gestión hidrológica.
- LIFE BOOGIBOP: Proyecto en el que se ponen en valor las soluciones basadas en la naturaleza para proporcionar a las empresas ventajas competitivas diferenciales respecto de la incorporación de biodiversidad en sus instalaciones y su monitoreo.