



**SÍLABO**

**ASIGNATURA: MARKKETING ECOLÓGICO**

**CÓDIGO:101292**

**I. DATOS GENERALES**

1.1. Departamento Académico	Gestión Empresarial
1.2. Escuela Profesional	Administración Privada
1.3. Programa de estudios	Marketing
1.4. Plan de estudios	2019
1.5. Ciclo de estudios	VI
1.6. Créditos	02
1.7. Requisito	Servicio al cliente - CRM
1.8. Modalidad	Presencial
1.9. Semestre académico	2023-2
1.10. Duración	16 Semanas
1.11. Horas semanales	1.11.1. Horas de Teoría: 00 Horas
	1.11.2. Horas de Práctica: 04 Horas
1.12. Horario	TA: Miércoles 14.40-16.20 TA: Viernes 16.20-18.00
1.13. Inicio de clases	02 de octubre del 2023
1.14. Termino de clases	20 de enero del 2024
1.15 Docente coordinador	Dr. Juan Roberto Chávez Navarro- jchavezn@unfv.edu.pe
1.16 Docente de la asignatura	Dr. Juan Roberto Chávez Navarro jchavezn@unfv.edu.pe

**II. SUMILLA**

La asignatura de marketing ecológico o verde pertenece al área de formación profesional de currículo especializada, es teórico - práctica y tiene el objetivo de dar a conocer las estrategias e instrumentos recientes e innovadores que las organizaciones actuales promueven sus productos contribuyendo a la vez con la mejora del medio ambiente y evaluar la respuesta de quienes los consumen y los mercados que los contienen. Contiene las siguientes unidades para su aprendizaje: 1. Responsabilidad social empresarial, marketing verde o ecológico, gestión empresarial y medio ambiente 2. Instrumentos del marketing ecológico: producto, precio, distribución y comunicaciones integradas 3. Estrategias de segmentación y posicionamiento de marketing verde. 4. El plan de marketing empresarial verde.

La asignatura exige al estudiante como trabajo de aplicación final la elaboración de una monografía sobre la influencia del marketing verde en el mercado nacional.



*"Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo"*

### **III. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA**

Comprende, analiza con una actitud mental positiva la importancia y valor de adquirir y asumir conocimientos de marketing ecológico, para que en su comportamiento de su ejercicio profesional realicen perfiles de mercado enfocados en la mejora del medio ambiente que contribuyan al progreso de la empresa y desarrollo del país.

IV. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD 1: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, MARKETING VERDE O ECOLÓGICO, GESTIÓN EMPRESARIAL Y MEDIO AMBIENTE. Logro de aprendizaje: <i>Elabora un informe sobre los conceptos de Responsabilidad Social Empresarial.</i>					
SEMANA	Contenido Temático	Sesiones de Aprendizaje)	Recursos	Tipo de Sesión	Evidencia de Aprendizaje
Nº01 2-7 octubre	-Exposición contenido del sílabo. -Tendencias globales de marketing ecológico.	-Expone contenido del sílabo, desarrollo del curso y estrategias de aprendizaje. -Exposición de conceptos básicos.	Tendencias de marketing ecológico y turismo <a href="https://www.youtube.com/watch?v=O-UJDa497lIk">https://www.youtube.com/watch?v=O-UJDa497lIk</a>	Presencial	Prueba de entrada.
Nº02 9-14 octubre	-Responsabilidad Social Empresarial. -Funciones, tipos, características e importancia de la Responsabilidad Social Empresarial.	-Explica la importancia y las funciones de la Responsabilidad Social.	¿Qué es Responsabilidad Social Empresarial? <a href="https://www.youtube.com/watch?v=nSAYRkP1leg">https://www.youtube.com/watch?v=nSAYRkP1leg</a>	Presencial	Recensión de video.
Nº03 16-21 octubre	-Marketing ecológico. -Funciones características e importancia del marketing ecológico. -Evolución del marketing.	-Explica las funciones del marketing ecológico.	Marketing Verde <a href="https://www.youtube.com/watch?v=qle1fSiomak">https://www.youtube.com/watch?v=qle1fSiomak</a>	Presencial	Recensión de video.
Nº04 23-28 octubre	-La empresa. -Gestión empresarial y medio ambiente. -Sistema de Gestión Ambiental -Política Medioambiental: Objetivos y Metas.	-Explica el sistema de gestión ambiental.	¿Qué es la GESTIÓN AMBIENTAL? Instrumentos y ejemplos <a href="https://www.youtube.com/watch?v=LYU7dlSBmnl">https://www.youtube.com/watch?v=LYU7dlSBmnl</a>	Presencial	Recensión de video. Presentación grupal de informe sobre los conceptos de Responsabilidad Social Empresarial.

UNIDAD 2: INSTRUMENTOS DEL MARKETING ECOLÓGICO: PRODUCTO, PRECIO, DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIONES INTEGRADAS. <i>Logro de aprendizaje: Elabora un informe sobre la mezcla del marketing ecológico de una forma integrativa.</i>					
SEMANA	Contenido Temático	Sesiones de Aprendizaje)	Recursos	Tipo de Sesión	Evidencia de Aprendizaje
Nº05 30 octubre - 4 noviembre	-Marketing mix. -Objetivos del marketing mix.	-Explica los aspectos del marketing mix.	Introducción al Marketing Verde <a href="https://www.youtube.com/watch?v=c8revo8ezGw">https://www.youtube.com/watch?v=c8revo8ezGw</a>  Bitrix24: ¡reduce tu impacto medioambiental y hace tu vida más fácil! <a href="https://www.youtube.com/watch?v=ChOFVwFst0c">https://www.youtube.com/watch?v=ChOFVwFst0c</a>	Presencial	Recensión de video.
Nº06 6-11 noviembre	-Marketing ecológico. -Producto. -Precio -Plaza. -Comunicación.	-Explica el marketing ecológico y su relación con la mezcla del marketing.	Qué es el Green Marketing o Marketing Ecológico <a href="https://www.youtube.com/watch?v=mjDCFKNGULw">https://www.youtube.com/watch?v=mjDCFKNGULw</a>  Green Marketing <a href="https://www.youtube.com/watch?v=2yYcWo_LZis">https://www.youtube.com/watch?v=2yYcWo_LZis</a>	Presencial	Recensión de video.
Nº07 13-18 noviembre	-Personal. -Proceso. -Planta.	-Explica las decisiones estratégicas del proceso y planta.	Marketing Verde – Arthur Paredes <a href="https://www.youtube.com/watch?v=EISV-LkJLeE">https://www.youtube.com/watch?v=EISV-LkJLeE</a>  Qué es el marketing mix <a href="https://www.youtube.com/watch?v=6rM7FcYxPw">https://www.youtube.com/watch?v=6rM7FcYxPw</a>	Presencial	Recensión de video.
Nº08 20-25 noviembre	-El cliente. -Las cuatro C's del marketing mix verde.	Explica las decisiones de las cuatro C's.	¿Cuáles son las 4C del MARKETING? <a href="https://www.youtube.com/watch?v=y26Np6nX3iv">https://www.youtube.com/watch?v=y26Np6nX3iv</a>  Las 4 C del Marketing Mix <a href="https://www.youtube.com/watch?v=ExyILsNSRxxKg">https://www.youtube.com/watch?v=ExyILsNSRxxKg</a>	Presencial	Recensión de video.  Presentación grupal de informe sobre la mezcla del marketing ecológico de una forma integrativa.
EVALUACIÓN PARCIAL (UNIDAD Nº1 -2)					

UNIDAD 3: ESTRATEGIAS DE SEGMENTACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE MARKETING VERDE.					
Logro de aprendizaje: <i>Elabora un informe sobre las estrategias de segmentación y posicionamiento en respuesta de los consumidores y a los mercados generando conciencia ambiental.</i>					
SEMANA	Contenido Temático	Sesiones de Aprendizaje)	Recursos	Tipo de Sesión	Evidencia de Aprendizaje
Nº09 27 noviembre -2 diciembre	-Ética en los negocios internacionales. -Responsabilidad social en los negocios internacionales.	-Explica las estrategias de acción del marketing con criterios de responsabilidad social empresarial.	Ética en los negocios <a href="https://www.youtube.com/watch?v=K4cDOO0zE1&amp;list=PL44s">https://www.youtube.com/watch?v=K4cDOO0zE1&amp;list=PL44s</a> Versión Completa. ¿Para qué sirve la ética? Adela Cortina, filósofa <a href="https://www.youtube.com/watch?v=HOY0cSVAAtw">https://www.youtube.com/watch?v=HOY0cSVAAtw</a>	Presencial	Recensión de video.
Nº10 4-9 diciembre	-Mercado. -Segmentación de mercado. -Mercado objetivo.	-Explica las diferencias entre segmentos del mercado y el mercado objetivo.	¿Qué es la SEGMENTACIÓN DE MERCADO, cuándo se realiza y para qué sirve? <a href="https://www.youtube.com/watch?v=-MI8RMP98kk">https://www.youtube.com/watch?v=-MI8RMP98kk</a>	Presencial	Recensión de video.
Nº11 11-16 diciembre	-Estrategia de marketing verde. -Dimensiones de estrategia de marketing verde. -Aspectos para crear una estrategia de marketing verde.	-Explica las estrategias de marketing verde.	El poder de la Estrategia en los negocios y marketing <a href="https://www.youtube.com/watch?v=jw1VY2gjiE18">https://www.youtube.com/watch?v=jw1VY2gjiE18</a> 4 Tipos de Estrategias de Marketing para tu Negocio <a href="https://www.youtube.com/watch?v=LbE1jib9aDM&amp;t=77s">https://www.youtube.com/watch?v=LbE1jib9aDM&amp;t=77s</a>	Presencial	Recensión de video.
Nº12 18-23 diciembre	-Estrategia de segmentación. -Estrategia de marca. -Estrategia de medios. -Estrategia de posicionamiento de marketing verde.	-Explica las estrategias de segmentación, marca y posicionamiento de una organización.	Estrategias de segmentación y posicionamiento <a href="https://www.youtube.com/watch?v=MtOUjyR7j1">https://www.youtube.com/watch?v=MtOUjyR7j1</a> Como funciona una estrategia de marca <a href="https://www.youtube.com/watch?v=dGLm4U6DlBk">https://www.youtube.com/watch?v=dGLm4U6DlBk</a>	Presencial	Recensión de video. Presenta grupal de informe sobre las estrategias de segmentación y posicionamiento mercados generando conciencia ambiental.

<b>UNIDAD 4: EL PLAN DE MARKETING EMPRESARIAL VERDE.</b>					
<b>Logro de aprendizaje: Elabora un informe sobre el marketing empresarial ecológico.</b>					
<b>SEMANA</b>	<b>Contenido Temático</b>	<b>Sesiones de Aprendizaje)</b>	<b>Recursos</b>	<b>Tipo de Sesión</b>	<b>Evidencia de Aprendizaje</b>
<b>N°13 25-30 diciembre</b>	-Plan estratégica de marketing. -Aspectos organizacionales del plan de marketing. -Elementos de un plan de marketing.	-Comprende los aspectos organizacionales del plan de marketing ecológico.	PLAN DE MARKETING Qué es y Cómo hacer uno (Plan de Mercado) <a href="https://www.youtube.com/watch?v=4LmlWpkUYYU&amp;t=69s">https://www.youtube.com/watch?v=4LmlWpkUYYU&amp;t=69s</a>  Como hacer un Plan ESTRATEGICO de MARKETING <a href="https://www.youtube.com/watch?v=KR2urM2mUNg">https://www.youtube.com/watch?v=KR2urM2mUNg</a>	Presencial	Recensión de video.
<b>N°14 1-6 enero</b>	-Análisis interno. -Análisis externo. -Matriz DAFO. -Objetivos. -Estrategias.	-Explica aspectos del análisis interno y externo de la organización en relación con sus objetivos, estrategia, desempeño y asignación de recursos	ANALISIS SITUACIONAL -TEMA 9 – ADMINISTRACIÓN <a href="https://www.youtube.com/watch?v=WR-XE1yyOTU">https://www.youtube.com/watch?v=WR-XE1yyOTU</a>	Presencial	Recensión de video.
<b>N°15 8-13 enero</b>	-Cronograma. -Presupuesto. -Evaluación y control -Plan de contingencia	-Explica las actividades a desarrollar del plan de marketing ecológico en tiempos establecidos.	CRONOGRAMA PLAN DE MARKETING <a href="https://www.youtube.com/watch?v=0rw6oYN532Y">https://www.youtube.com/watch?v=0rw6oYN532Y</a>  Planificación de Medios: Cronograma de campaña <a href="https://www.youtube.com/watch?v=dOLHI_EwEc8">https://www.youtube.com/watch?v=dOLHI_EwEc8</a>	Presencial	Recensión de video.
<b>N°16 15-20 enero</b>	-Presentación y exposición grupal de los trabajos académicos.	-Describe el trabajo académico.	Exposición grupal del trabajo académico.	Presencial	Presentación grupal de una monografía sobre la influencia del marketing verde en el mercado nacional.
<b>EVALUACIÓN FINAL (UNIDAD N°3 -4)</b>					



## **V. METODOLOGÍA**

### **5.1 Estrategias centradas en el aprendizaje**

Los estudiantes aplicaran las diferentes técnicas de estudio, elaboración de organizadores visuales, ensayos científicos, organizaciones grupales, mesas redondas, informes de laboratorio, lecturas y audición de libros digitales, búsqueda de información en bibliotecas digitales y físicas.

### **5.2 Estrategias centradas en la enseñanza**

El docente se constituye en un auténtico mediador entre la cultura, la ciencia, los saberes académicos y las expectativas de aprendizaje de los estudiantes; por ello organiza, orienta y facilita, con iniciativa y creatividad el proceso de construcción de conocimientos de sus estudiantes, así como la formación actitudinal del futuro profesional. Para ello utiliza estrategias de enseñanza novedosas centradas en: a) Estrategias convencionales: Lluvia de ideas, ilustraciones, clases prácticas, talleres, aprendizaje cooperativo, resolución de ejercicios y problemas; y b) Recursos visuales: organizadores visuales e infografías.

### **5.3 Línea de investigación según Programa de Estudios**

- Gestión empresarial e inclusión social.

### **5.4 Acciones vinculadas al Aprendizaje en Servicio-AeS(RSU)**

Durante el proceso de ejecución de la experiencia curricular, se puede considerar el Aprendizaje en Servicio, propuesta educativa que combina procesos de aprendizaje y de servicio a la comunidad en un solo proyecto articulado en el que los estudiantes se forman al trabajar sobre necesidades reales del entorno con la finalidad de mejorar (Responsabilidad Social Universitaria).

## **VIII. EVALUACIÓN**

- De acuerdo con el Reglamento Académico de esta Casa Superior de estudios, en su artículo 13° señala lo siguiente: “Las evaluaciones se califican en escala vigesimal (de 1 a 20) en números enteros. La nota mínima aprobatoria es once (11). El medio punto (0.5) es a favor del estudiante”.
- Del mismo modo, el referido documento en su artículo 16°, señala: “Las evaluaciones son calificadas por los profesores responsables de la asignatura y entregados a los alumnos y las actas a la Dirección de Escuela Profesional, dentro de los plazos fijados”
- Asimismo, el artículo 36° menciona: “La asistencia de los alumnos a las clases es obligatoria, el control corresponde a los profesores de la asignatura. Si un alumno acumula el 30% de inasistencias injustificadas totales durante el dictado de una asignatura, queda inhabilitado para rendir el examen final y es desaprobado en la asignatura, sin derecho a rendir examen de aplazado, debiendo el profesor, informar oportunamente al Director de Escuela”
- La evaluación de los estudiantes se realizará de acuerdo a los siguientes criterios:



Nº	CÓDIGO	NOMBRE DE LA EVALUACIÓN	PORCENTAJE
01	EP	EVALUACIÓN PARCIAL	30%
02	EF	EVALUACIÓN FINAL	30%
03	TA	TRABAJOS ACADÉMICOS	40%
<b>TOTAL</b>			<b>100%</b>

**La Nota Final (NF) de la asignatura se determinará de acuerdo con la siguiente manera:**

$$NF = EP * 30 \% + EF * 30\% + TA * 40\%$$

## VII. FUENTES DE INFORMACIÓN

### 7.1 Básica

- Acerenza, M. (2005). Promoción turística. México D.F.: Trillas.
- Best, J. (2007). Marketing estratégico. Madrid: Pearson Educación.
- Boullón, R. y Boullón, D. (2008). Turismo rural: Un enfoque global. México D.F.: Trillas.
- Calomarde, J. (2007). Marketing Ecológico. España. ESIC Pirámide.
- Cateora Philip. (2010). Marketing internacional. Madrid: Editorial Mc Graw-Hill.
- Cordero, J. (2008). Marketing estratégico en turismo. México: Trillas.
- Cuatropia, C. (2005). Plan de marketing paso a paso. Madrid: ESIC.
- Del Pino, A. (2003). El Anuncio Verde. España: DEUSTO.
- Gamarra, G. (2017). Marketing. Bogotá: Alfaomega Grupo Editor.
- Hair, J.; Bush, R.; Ortinau, D. (2010). Investigación de Mercados, Ciudad de México, McGrawHill.
- Hernández, C. (2017). Fundamentos de marketing. México, D.F.: Pearson Educación.
- Hopfembeck, W. (2003). Dirección y Marketing Ecológicos. España: DEUSTO.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2013). Fundamentos de marketing. (11a Ed.). México: Pearson Educación.
- Kotler, P. (2000). Dirección de Marketing. Edición del Milenio. España: Prentice Hall.
- Malfitano, O. (2007). Neuromarketing. Argentina: Editorial Granica.
- Malhotra, N. (2016). Investigación de Mercados, Ciudad de México, Pearson Educación
- Mayorga, D. (2013). Marketing estratégico en la empresa peruana. Lima: Universidad del Pacífico.
- Reinares, L.P. y Ponzoa, C.J.M. (2002). Marketing Relacional: Un enfoque para la seducción y fidelización del cliente. España: Prentice Hall.
- Sainz de Vicuña, J. (2013). El plan de marketing en la práctica. Madrid: ESIC.
- Walker, C. (2005). Marketing estratégico. México, D.F.: McGraw-Hill Interamericana.

### 7.2 Complementaria

- <https://www.redalyc.org/journal/5257/525762350001/html/>
- [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2071-081X2018000100010](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2071-081X2018000100010)
- <https://www.redalyc.org/journal/5885/588569800004/html/>





- <https://www.redalyc.org/pdf/993/99323311005.pdf>
- [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0120-63462021000200201](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-63462021000200201)
- [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0124-86932023000200288&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0124-86932023000200288&script=sci_arttext)
- [https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0378-78182009000200008](https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0378-78182009000200008)

Lima, 02 de octubre de 2023



Dr. Carlos Tello Malpartida  
Director del Departamento Académico  
Código: 86304  
Correo electrónico: ctello@unfv.edu.pe

Juan Roberto Chávez Navarro  
Docente  
Código: 2015029  
Correo jchavezn@unfv.edu.pe