



UNIVERSIDAD DE CASTILLA - LA MANCHA

GUÍA DOCENTE

1. DATOS GENERALES

Asignatura: COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING FORESTAL	Código: 310771
Tipología: OBLIGATORIA	Créditos ECTS: 6
Grado: 2340 - MASTER UNIVERSITARIO EN INGENIERÍA DE MONTES	Curso académico: 2019-20
Centro: 601 - ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR DE INGENIERÍA AGRONÓMICA Y DE MONTES Y BIOTECNOLOG	Grupo(s): 10
Curso: 2	Duración: Primer cuatrimestre
Lengua principal de impartición: Español	Segunda lengua:
Uso docente de otras lenguas:	English Friendly: N
Página web: https://previa.uclm.es/ab/etsiam/	Bilingüe: N

Profesor: ADRIAN RABADAN GUERRA - Grupo(s): 10				
Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
E.T.S. de Ingeniería Agronómica y de Montes y Biotecnología/Planta baja.	PROD. VEGETAL Y TGIA. AGRARIA	926052877	adrian.rabadan@uclm.es	Lunes, de 9h a 12h, y jueves, de 10h a 13h

2. REQUISITOS PREVIOS

Requisitos previos de acceso al Máster.

3. JUSTIFICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS, RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS Y CON LA PROFESIÓN

La justificación en el plan de estudios se encuentra recogida en la Orden CIN/326/2009 de 9 de febrero (BOE de 19 de febrero de 2009).

La asignatura de Comercialización y Marketing Forestal del segundo curso del Máster Universitario en Ingeniería de Montes permitirá a los egresados conocer y profundizar en distintas materias de gestión comercial y de marketing y complementar lo aprendido en las enseñanzas de Grado Universitario en donde se iniciaba a los alumnos, en una primera toma de contacto, con los aspectos básicos de la gestión empresarial. Por tanto, corresponde a esta asignatura profundizar fundamentalmente en distintos aspectos de gestión comercial y de marketing en la empresa forestal, como elementos clave de la realidad empresarial actual.

4. COMPETENCIAS DE LA TITULACIÓN QUE LA ASIGNATURA CONTRIBUYE A ALCANZAR

Competencias propias de la asignatura

Código	Descripción
CE14	Conocimiento de las estrategias de marketing, estudios de mercado y políticas de distribución.
CE16	Conocimiento de las herramientas de comunicación, información, motivación y gestión del personal.
CG01	Aplicar técnicas de marketing y comercialización de productos forestales.
CG08	Integrar los conocimientos previos (propios de grado) de manera crítica y relacionarlos para que se puedan aplicar al estudio de situaciones reales en el ámbito forestal y proponer alternativas.
CG09	Buscar referencias bibliográficas, analizar la documentación y tratar la información procedente de diversas fuentes aplicándola a la resolución de problemas en el ámbito forestal.
CG10	Manejar información en lenguas extranjeras.
CG12	Ser capaz de comunicarse de forma oral y escrita, tanto en foros especializados como para personas no expertas
CG13	Desarrollar la capacidad de síntesis y presentar las ideas propias en un grupo de trabajo.
CG14	Organizar, planificar y liderar equipos humanos multidisciplinares.
CG15	Aprender a seguir estudiando de un modo autodirigido o autónomo.

5. OBJETIVOS O RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS

Resultados de aprendizaje propios de la asignatura

Descripción

Conocimiento de las estrategias de marketing, estudios de mercado y políticas de distribución.
Conocimiento de las herramientas de comunicación, información, motivación y gestión del personal.

Resultados adicionales

Profundizar en el conocimiento del desarrollo y la comercialización de nuevos productos y alimentos cuya materia prima tiene origen forestal

6. TEMARIO

- Tema 1: MARKETING AGRARIO Y FORESTAL. INTRODUCCIÓN**
- Tema 2: COMERCIALIZACIÓN PRODUCTOS DEL BOSQUE**
- Tema 3: INFORMACIÓN E INVESTIGACIÓN COMERCIAL**
- Tema 4: SEGMENTACIÓN COMERCIAL**
- Tema 5: DECISIONES DE PRODUCTOS**
- Tema 6: INNOVACIÓN Y NUEVOS PRODUCTOS**

Tema 7: DECISIONES DE DISTRIBUCIÓN

Tema 8: DISTRIBUCIÓN FÍSICA Y LOGÍSTICA

Tema 9: COMPETITIVIDAD Y PRECIOS

Tema 10: GESTIÓN PUBLICITARIA

Tema 11: OTRAS DECISIONES DE COMUNICACIÓN

Tema 12: MARKETING MIX

Tema 13: COMERCIO EXTERIOR

Tema 14: MARKETING SOCIAL Y DE SERVICIOS EN LA GESTIÓN DE ESPACIOS NATURALES

COMENTARIOS ADICIONALES SOBRE EL TEMARIO

Contenidos de la memoria MUIIM	Temas de la guía-e
Comercialización y marketing forestal	
Introducción al marketing	T1 y T2
Información e investigación comercial	T3
Diseño y selección segmentos de mercado	T4 y T13
Decisiones de productos	T5 y T14
Innovación y nuevos productos	T6
Distribución física y logística	T7 y 8
Comunicación	T10 y T11
Marketing-mix	T12

7. ACTIVIDADES O BLOQUES DE ACTIVIDAD Y METODOLOGÍA

Actividad formativa	Metodología	Competencias relacionadas (para títulos anteriores a RD 822/2021)	ECTS	Horas	Ev	Ob	Rec	Descripción
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL]	Método expositivo/Lección magistral	CE14 CE16 CG01 CG08 CG09 CG10 CG12 CG13 CG14	1	25	S	S	N	Clases teóricas impartidas por el profesor
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL]	Aprendizaje cooperativo/colaborativo	CG08 CG09 CG10 CG12 CG13 CG14	1.2	30	S	S	N	Se incluyen, entre otras actividades, exposiciones de trabajos grupales y/o individuales en clase.
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA]	Autoaprendizaje	CG15	3.6	90	N	-	-	Estudio autónomo mínimo del alumno o de preparación de trabajos
Pruebas de progreso [PRESENCIAL]	Pruebas de evaluación	CE16 CG01 CG08 CG09 CG10 CG12 CG13 CG14 CG15	0.2	5	S	S	S	Evaluación de los conocimientos adquiridos.
Total:			6	150				
Créditos totales de trabajo presencial: 2.4			Horas totales de trabajo presencial: 60					
Créditos totales de trabajo autónomo: 3.6			Horas totales de trabajo autónomo: 90					

Ev: Actividad formativa evaluable

Ob: Actividad formativa de superación obligatoria

Rec: Actividad formativa recuperable

8. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y VALORACIONES

Sistema de evaluación	Valoraciones		Descripción
	Estudiante presencial	Estud. semipres.	
Pruebas de progreso	70.00%	0.00%	Se evaluarán, mediante la realización de pruebas escritas la asimilación de conceptos y procedimientos.
Presentación oral de temas	20.00%	0.00%	Se tendrá en cuenta la capacidad de aplicación de técnicas, procedimientos, protocolos y resolución de ejercicios. Para ello, se realizarán trabajos y exposiciones en clase. De igual forma, se valorará la capacidad de desarrollo metodológico.
Valoración de la participación con aprovechamiento en clase	10.00%	0.00%	Evaluación continua de la participación, resolución de ejercicios y/o debates.
Total:	100.00%	0.00%	

Criterios de evaluación de la convocatoria ordinaria:

La prueba final. supone el 70% de la nota final

La participación satisfactoria en trabajos teóricos y en resolución de problemas puede incrementar hasta un 30% la nota final

Particularidades de la convocatoria extraordinaria:

Igual que en la convocatoria ordinaria. La prueba final de conocimientos en la fecha que fije la Dirección de la ETSIAM.

Particularidades de la convocatoria especial de finalización:

Igual que en la convocatoria ordinaria. La prueba final de conocimientos en la fecha que fije la Dirección de la ETSIAM, sobre el temario de la asignatura del curso académico anterior.

9. SECUENCIA DE TRABAJO, CALENDARIO, HITOS IMPORTANTES E INVERSIÓN TEMPORAL	
No asignables a temas	
Horas	Suma horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	11
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	2
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	6
Pruebas de progreso [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	5
Comentarios generales sobre la planificación: La semana 15 se dedicará a repasar y/o ampliar conceptos, resolver dudas y preparar el examen.	
Tema 1 (de 14): MARKETING AGRARIO Y FORESTAL. INTRODUCCIÓN	
Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	1
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	2
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	6
Periodo temporal: Semana 1 de 15	
Comentario: Desarrollo de contenidos teóricos, exposición en clase y debate	
Tema 2 (de 14): COMERCIALIZACIÓN PRODUCTOS DEL BOSQUE	
Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	1
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	2
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	6
Periodo temporal: Semana 2 de 15	
Comentario: Desarrollo de contenidos teóricos, exposición en clase y debate	
Tema 3 (de 14): INFORMACIÓN E INVESTIGACIÓN COMERCIAL	
Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	1
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	2
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	6
Periodo temporal: Semana 3 de 15	
Comentario: Desarrollo de contenidos teóricos, exposición en clase y debate	
Tema 4 (de 14): SEGMENTACIÓN COMERCIAL	
Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	1
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	2
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	6
Periodo temporal: Semana 4 de 15	
Comentario: Desarrollo de contenidos teóricos, exposición en clase y debate	
Tema 5 (de 14): DECISIONES DE PRODUCTOS	
Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	1
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	2
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	6
Periodo temporal: Semana 5 de 15	
Comentario: Desarrollo de contenidos teóricos, exposición en clase y debate	
Tema 6 (de 14): INNOVACIÓN Y NUEVOS PRODUCTOS	
Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	1
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	2
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	6
Periodo temporal: Semana 6 de 15	
Comentario: Desarrollo de contenidos teóricos, exposición en clase y debate	
Tema 7 (de 14): DECISIONES DE DISTRIBUCIÓN	
Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	1
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	2
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	6
Periodo temporal: Semana 7 de 15	
Comentario: Desarrollo de contenidos teóricos, exposición en clase y debate	
Tema 8 (de 14): DISTRIBUCIÓN FÍSICA Y LOGÍSTICA	
Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	1
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	2
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	6
Periodo temporal: Semana 8 de 15	

Comentario: Desarrollo de contenidos teóricos, exposición en clase y debate

Tema 9 (de 14): COMPETITIVIDAD Y PRECIOS

Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	1
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	2
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	6

Periodo temporal: Semana 9 de 15

Comentario: Desarrollo de contenidos teóricos, exposición en clase y debate

Tema 10 (de 14): GESTIÓN PUBLICITARIA

Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	1
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	2
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	6

Periodo temporal: Semana 10 de 15

Comentario: Desarrollo de contenidos teóricos, exposición en clase y debate

Tema 11 (de 14): OTRAS DECISIONES DE COMUNICACIÓN

Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	1
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	2
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	6

Periodo temporal: Semana 11 de 15

Comentario: Desarrollo de contenidos teóricos, exposición en clase y debate

Tema 12 (de 14): MARKETING MIX

Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	1
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	2
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	6

Periodo temporal: Semana 12

Tema 13 (de 14): COMERCIO EXTERIOR

Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	1
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	2
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	6

Periodo temporal: Semana 13

Comentario: Desarrollo de contenidos teóricos, exposición en clase y debate

Tema 14 (de 14): MARKETING SOCIAL Y DE SERVICIOS EN LA GESTION DE ESPACIOS NATURALES

Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	1
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	2
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	6

Periodo temporal: Semana 14

Comentario: Desarrollo de contenidos teóricos, exposición en clase y debate

Actividad global

Actividades formativas	Suma horas
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	30
Pruebas de progreso [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	5
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	90
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	25
Total horas: 150	

10. BIBLIOGRAFÍA, RECURSOS

Autor/es	Título/Enlace Web	Editorial	Población	ISBN	Año	Descripción
Alonso Sebastián, Ramón	La logística en la empresa agroalimentaria	Mundiprensa	Madrid	84-7114-812-9	1999	Recomendado para preparar el Tema 9
FAO	bosques y seguridad alimentaria www.fao.org/forestry					
Grande, Ildelfonso y Abascal, Elena	Fundamentos y Técnicas de investigación comercial	ESIC	Madrid	84-7356-288-7	2001	Libro básico para los Tems 3, 4 y 5
MAGRAMA	Plan de activación socioeconómica del sector forestal http://www.magrama.gob.es/es/desarrollo-rural/temas/politica-forestal/plan-pasfor/				2014	
PEFC-MAGRAMA	SABORES DE BOSQUES SOSTENIBLES WWW.pefc.es					
Rodríguez, E.; Ribera, L.M.; Olmeda, M.	Gestión comercial de la empresa agroalimentaria	Mundi-Prensa	Madrid	84-7114-295-3	1987	Libro básico para todos los temas
Santasmases Mestre, Miguel	Marketing. Conceptos y estrategias	Pirámide	Madrid	84-368-1398-7	2007	Libro básico para todos los temas
m. AGRICULTURA	plan forestal español WWW.MAGRAMA.ES					