



Facultad
de Ciencias Ambientales

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES
PROGRAMA ADMINISTRACION AMBIENTAL



1. IDENTIFICACION

Nombre de Asignatura: **Ecomarketing**

Nombre del Docente: **Sandra Esperanza Loaiza Rivera**

CODIGO: **AA0C2** CREDITOS: **2** SEMESTRE: **IX**

Departamento académico:

Teórica:		Teórico Práctica	X	Práctica	
----------	--	------------------	----------	----------	--

Requisito:

Prequisito: Haber aprobado 130 créditos

2. DESCRIPCIÓN DE CRÉDITOS

Distribución de actividades académicas	Horas/Semana	Horas/Semestre
Clase presencial	3	48
Talleres dirigidos		32
Trabajo fuera de clase	2	
Trabajo investigativo	1	16
Total	6	96

3. CARACTERIZACIÓN DE LA ASIGNATURA

Por su obligatoriedad	Obligatoria	x	Opcional		Electiva	
Por el estilo de clase	Cátedra	x	Taller	x	De campo	Laboratorio



Facultad
de Ciencias Ambientales

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES
PROGRAMA ADMINISTRACION AMBIENTAL**



4. JUSTIFICACIÓN

El EcoMarketing es parte del nuevo paradigma de la producción desde la sustentabilidad y su abordaje la convierte en una necesidad para la sociedad moderna, en la búsqueda de un desarrollo más responsable.

El Plan Nacional de Negocios Verdes (Minambiente 2014), identifica oportunidades que le permiten a los estudiantes, explorar iniciativas alineadas con su proceso formativo, solucionando problemáticas ambientales a partir de la innovación y aportando elementos para aprovechar los recursos naturales y los residuos de las actividades empresariales y humanas, de manera más responsable.

5. OBJETIVOS DE LAS ASIGNATURA

Objetivo General.

Generar hipótesis de modelos de negocio, verdes y sostenibles, fundamentados en los conceptos del desarrollo organizacional endógeno y del marketing responsable; a partir de la conservación, uso y aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y de los residuos producidos por las actividades humanas e industriales.

Objetivos específicos.

1. Conceptuar sobre el papel que tiene el mercadeo en el desarrollo de los negocios verdes y sostenibles.
2. Identificar las principales fuerzas ambientales (macro y micro) que determinan las oportunidades y los riesgos para la creación de negocios verdes y sustentables.
3. Entender que es posible satisfacer las necesidades del consumidor, reduciendo el impacto medioambiental causado por las decisiones del marketing-mix, sin que esto implique afectar necesariamente la competitividad de la empresa.
4. Desarrollar hipótesis de modelos de negocios viables económica, social y ambientalmente.

6. COMPETENCIAS

Criterio de desempeño	Saber	<ul style="list-style-type: none"> Comprender los conceptos relacionados con los bienes y servicios ambientales y el eco-marketing. Manejar las técnicas para la identificación y formulación de iniciativas de negocio sustentables.
	Saber Ser	<ul style="list-style-type: none"> Analizar oportunidades de negocio sustentables, estimulando el desarrollo de la personalidad emprendedora. Comprender las tendencias globales para la creación empresarial, con enfoque sostenible.
	Saber Hacer	<ul style="list-style-type: none"> Participar activamente en el proceso de diseño de una empresa, a partir de una idea de negocio innovadora y sustentable, identificada. Efectuar diagnóstico de las variables ambientales (macro, micro y entorno interno), estableciendo la viabilidad de la iniciativa de negocio.
Evidencias requeridas	De producto	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de los talleres que facilitan la construcción del proyecto final. Proyecto formulado (escrito) con el siguiente contenido mínimo: Direccionamiento Estratégico, Análisis N.E.Ds, Análisis de Entorno, Macroprocesos del Producto/Servicio, Organigrama, Costeos, Análisis de Riesgos e Impactos.

	De Desempeño	<ul style="list-style-type: none"> Participación activa en los talleres (Asistencia certificada). Sustentación del proyecto final, en desarrollo de la Muestra C-EMPRENDE UTP, ante jurados evaluadores y docente-facilitador.
	De Conocimiento	<ul style="list-style-type: none"> Manejo de los conceptos en prueba escrita (parcial). Construcción y sustentación del proyecto final.

7. TIPO DE EVALUACIÓN				
Por cumplimiento de competencias				
✓ Ser		x	Autoevaluación	
✓ Saber		x		
✓ Saber Hacer		x		
Por Proyectos		x	Trabajos de campo	
Mediante exámenes escritos		x	Otros: Seguimiento de actividades individuales y/o grupales	x
Porcentaje asignado al proceso evaluativo			Tema de Evaluación por Período	
%	25	Primer Parcial		Tema: 1 al 8
		Ser		
		Saber	X	
		Saber Hacer		
%	5	Caso Empresarial		Tema: 1 al 6
		Ser	X	
		Saber	X	
		Saber Hacer		
%	25	Talleres		Tema: 1-16
		Ser	X	
		Saber	X	
		Saber Hacer	X	
%	25	Trabajo Final (Proyecto)		Tema: 1-16
		Ser		
		Saber	X	



Facultad
de Ciencias Ambientales

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES
PROGRAMA ADMINISTRACION AMBIENTAL



		Saber Hacer	X	
%	20	Sustentación del Proyecto		Tema 1-16
		Ser	X	
		Saber	X	
		Saber Hacer	X	

8. MÓDULO DE TRABAJO SEMANAL. Cronograma de Actividades

Semana	Temas
No. 1	Conceptos básicos del EcoMarketing
No. 2	Cambios en las necesidades, expectativas y deseos (N.E.D.s) de los consumidores.
No. 3	El producto. Tipos de productos. Características del producto.
No. 4	Técnicas para el diseño de productos ecológicos: el análisis del ciclo de vida del producto (ACV) y eco-etiquetado.
No. 5	Los Negocios Verdes y el Biocomercio. Oportunidades y retos. Plan nacional y planes regionales de negocios verdes y sostenibles.
No. 6	Categorías y criterios de los negocios verdes. Entidades de apoyo al emprendimiento verde.
No. 7	Análisis N.E.D.s para identificar el potencial de las iniciativas de negocio propuestas por los estudiantes, en consideración a las categorías de los negocios verdes y aprobación de los proyectos. Taller de aplicación.
No. 8	Segmentación. Tipos de segmentación. Taller de aplicación.
No.9	Parcial
No.10	Análisis de las fuerzas del entorno, que afectan o favorecen el desarrollo de los proyectos.
No.11	Análisis de las capacidades internas de la iniciativa de negocio.
No 12	Marketing mix para negocios verdes.
No 13	Costeo para viabilizar la iniciativa de negocio.
No 14	Análisis de riesgos e impactos para las organizaciones propuestas.



Facultad
de Ciencias Ambientales

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES
PROGRAMA ADMINISTRACION AMBIENTAL**



No 15	Direccionamiento estratégico
No 16	Asesoría de cierre al trabajo final

9. RECURSOS DIDÁCTICOS

Proyector de acetatos		Videobeen	x	Películas	x
Internet	x	Guías		Software	x
Elementos de laboratorio según guía		Textos, informes técnicos	x	Otros. ¿Cuáles?	

10. EMPLEO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS Tics:

Plataforma para emprendimiento universitario "CREA" : <https://creasustentable.co>

11. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Clase Magistral		Talleres de refuerzo	x	Lecturas previas	x
Laboratorio		Trabajos en grupo	x	Exposiciones	x
Presentación de contenidos mediante síntesis, cuadros, mapas conceptuales	x	Ejemplificación del contenido		Preguntas en clase	x
Realización de ejercicios y problemas por parte del profesor		Evaluación grupal		Diagnóstico de conocimientos previos	x
Verificación y síntesis de contenidos previos		Implementación de recursos didácticos	x	Seguimiento de actividad en la clase	x

12. RECURSO LOCATIVO

Salón de clase	x	Salón de dibujo		Salón de cómputo	x
Salidas de campo Pendiente fecha.		Laboratorio		Otro. ¿cuál?	



13. BIBLIOGRAFÍA

1. GÓMEZ, J.A. y ORTEGA, S.C. Biocomercio Sostenible. Biodiversidad y Desarrollo en Colombia. Instituto Alex
2. KOTLER, Philip; BENASSINI, Marcela y ARMSTRONG, Gary. Fundamentos del Marketing. Editorial Pearson. P
3. MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE. Plan Nacional de Negocios Verdes. 20
4. RAMOS, Aurelio. "Oportunidades de Negocios con el Biocomercio en Colombia". Presentación realizada en
Competitividad Empresarial, Organizado por la Asociación Nacional de Industriales – ANDI. Cartagena de Indio
5. SÁNCHEZ, Ricardo. "Oportunidades y Barreras de la Comercialización de Mercados Verdes". Presentación
Ecoeficiencia y Competitividad.
6. SILVA GARNICA, Diego; Arcos Dorado, Adriana L. y Gómez Díaz José A. "Guía Ambiental Apícola" Instituto Alex
Sostenible. 1ª. Edición 2006. Bogotá, Colombia.
7. Lozada, P.A.; Cenales M.H.; Becerra, M.T. y Grouwels, S. "Desarrollo Empresarial Comunitario de Biocomercio
metodología análisis y desarrollo de mercado FAO. Estudios de casos Guajira, Quindío y Santander. FAO. IAVH

WEB GRAFÍA.

- [HTTP://WWW.MINAMBIENTE.GOV.CO/IMAGES/NEGOCIOSVERDESYSOSTENIBLE/PDF/PLAN_DE_NEGOCIOS_VERDES/PLAN](http://www.minambiente.gov.co/images/negociosverdesysostenible/pdf/plan_de_negocios_verdes/plan)
- [HTTP://WWW.MINAMBIENTE.GOV.CO/IMAGES/ASUNTOSAMBIENTALESYSECTORIALYURBANA/PDF/COMPRAS_P%C3%BAblicas/POLIT_NAL_PRODUCION_CONSUMO_SOSTENIBLE.PDF.](http://www.minambiente.gov.co/images/asuntosambientalesysectorialyurbana/pdf/compras_p%C3%BAblicas/polit_nal_produccion_consumo_sostenible.pdf)
- [HTTPS://WWW.MINAMBIENTE.GOV.CO](https://www.minambiente.gov.co)
- [HTTP://WWW.BIOCOMERCIOCOLOMBIA.COM](http://www.biocomerciocolombia.com)
- [WWW.EMPRENDEYLIDERA.WEEBLY.COM](http://www.emprendeylidera.weebly.com)
- [WWW.HUMBOLDT.ORG.CO,](http://www.humboldt.org.co)
- [WWW.CIAT.ORG.CO](http://www.ciat.org.co)



Facultad
de Ciencias Ambientales

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES
PROGRAMA ADMINISTRACION AMBIENTAL**



14. RECOMENDACIONES A LOS ALUMNOS ANTES DE INICIAR EL CURSO

ACUERDOS – NORMAS Y COMPROMISOS.

1. **SOCIALIZACIÓN DEL PROGRAMA ACADÉMICO.** EL REGLAMENTO ESTUDIANTIL EN EL ARTÍCULO 67 CONTEMPLA LA SOCIALIZACIÓN DEL PROGRAMA Y LA ENTREGA DEL MISMO POR ESCRITO A TODOS LOS ESTUDIANTES.
2. **ASISTENCIA A CLASE Y PUNTUALIDAD.** EL REGLAMENTO ESTUDIANTIL EN EL ARTÍCULO 67 CONTEMPLA EL TEMA DE LA ASISTENCIA A CLASE. BAJO LOS PARÁMETROS DEL ANCLA, SE ACUERDA QUE ASISTIREMOS PUNTUALMENTE A LAS CLASES Y LLEVAREMOS REGISTRO DE ASISTENCIA PARA VERIFICAR NUESTRO COMPROMISO FRENTE A LA ASIGNATURA.
3. **LOS CELULARES AL INICIAR LA CLASE LOS PONDREMOS EN VIBRACIÓN PARA NO INTERRUMPIR EL NORMAL DESARROLLO DE LA MISMA.**
4. **LAS BEBIDAS Y COMIDAS EN EL SALÓN LAS EVITAREMOS YA QUE ESTO DISTRAE E INCOMODA A LOS ESTUDIANTES Y AL DOCENTE.**
5. **LA ASISTENCIA A ASESORÍA QUEDA ESTABLECIDA DE LA SIGUIENTE MANERA: A) DEBE ASISTIR EL SUBGRUPO DE TRABAJO COMPLETO, B) SE DEBEN DE LLEVAR PROPUESTAS CLARAS Y CONCRETAS.**
6. **EVALUACIÓN. SE ACUERDA SEGÚN LO DESCRITO EN EL NUMERAL 7.**

NOTA. LA FECHA Y LA HORA ACORDADA DE ENTREGA (TRABAJOS Y LECTURAS) SERÁN LAS PREESTABLECIDAS Y NO SE HARÁN PRORROGAS DE NINGUNA INDOLE.

NOTA. LA PUBLICACIÓN DE LAS NOTAS SE HARÁ A TRAVÉS DE LA PÁGINA WEB DE LA UNIVERSIDAD Y CADA ESTUDIANTE ACCEDERÁ POR EL PORTAL ESTUDIANTIL A REVISAR LA MISMA.

7. **LA ASISTENCIA A LOS SITIOS DE PRÁCTICA DEBE SER PUNTUAL Y LLEVAR REGISTRO.**
8. **LOS TRABAJOS SE DEBEN ENTREGAR PUNTUALMENTE (EN LA FECHA PREESTABLECIDA), NO SE RECIBIRÁN TRABAJOS ENTREGADOS FUERA DE TIEMPO.**
9. **EL DOCENTE DEBE DE INFORMAR CON TIEMPO EL CAMBIO Y/O CANCELACIÓN DE ALGUNA ACTIVIDAD PREVIA.**



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES
PROGRAMA ADMINISTRACION AMBIENTAL**



15. HORARIO DE ASESORÍA

Martes 10am a 12m.