



<b>PROGRAMA ACADÉMICO:</b>	<b>ADMINISTRACIÓN AMBIENTAL</b>		
<b>ASIGNATURA:</b>	<b>MERCADEO AMBIENTAL</b>		
<b>UNIDAD ACADÉMICA O FACULTAD:</b>	<b>CIENCIAS AMBIENTALES Y AGROPECUARIAS</b>		
<b>SEMESTRE:</b>	<b>SEGUNDO</b>		
<b>PRERREQUISITO:</b>			
<b>INTENSIDAD HORARIA:</b>	<b>Presencial</b> 48	<b>Autónomo</b> 48	<b>Total</b> 96
<b>No. CRÉDITOS:</b>	2		

### OBJETIVO DE LA ASIGNATURA

**Generar conocimientos sólidos para el diseño de estrategias de desarrollo local a partir de la conservación, uso y aprovechamiento de los recursos naturales.**

### COMPETENCIAS A DESARROLLAR

1. Gestionar y controlar los factores del perfil competitivo ambiental de una empresa.
2. Hacer propuestas frente a problemas ambientales que afecten el entorno local y global y las políticas nacionales e internacionales relacionadas con el tema.
3. Entender el concepto de desarrollo sostenible y su aplicación en el ámbito empresarial bajo la responsabilidad ambiental.
4. Comprender que el objeto principal del marketing ambiental es el proceso de planificación, implantación y control de una política de producto, precio, distribución y comunicación que satisfagan las necesidades de los clientes, se logren los objetivos de la organización y que el proceso genere el mínimo impacto negativo en el ecosistema.

### CONTENIDO PROGRAMÁTICO

1. INTRODUCCION AL COMPONENTE AMBIENTAL
  - Comercio y medio ambiente
  - Eclósión de la conciencia ecológica mundial
  - Marco ambiental internacional
  - Convenios internacionales
  - Colombia y el medio ambiente (políticas y desarrollo ambiental)
2. CRISIS AMBIENTAL
  - Problema, crisis o desastre ambiental
  - Aspectos ecológicos, económicos y sociales de la crisis ecológica del planeta.
    - Desastres naturales y antrópicos
    - Avance técnico-científico
    - Políticas ambientales
    - Concepto hacia la naturaleza
    - Crecimiento empresarial Vs crecimiento económico de las naciones
3. ELEMENTOS DE MARKETING AMBIENTAL
  - Producto Vs productos verdes
  - Cultura tradicional de consumo Vs Consumidor ecológico
  - Perfil de consumidor ecológico
  - Fortalecimiento de la marca corporativa a través de la responsabilidad social ambiental.
4. MARKTING AMBIENTAL EMPRESARIAL
  - Perspectivas del marketing Green
  - Clasificación de las empresas según su relación con el ambiente (primera, segunda y tercera generación)
  - Elementos de marketing ambiental (Funciones del a organización para el



- desarrollo del marketing ambiental)
  - Plan estratégico de marketing verde empresarial (niveles de planeación)
  - Psicología de comportamiento del consumidor ecológico (decisión de compra ecológica)
- 5. HERRAMIENTAS DEL MARKETING AMBIENTAL
  - Ecoetiquetado
  - La norma ISO 14000
  - Programas de ecosello en el mundo
  - Programas de ecoetiquetado colombiano
  - Sello ambiental colombiano
  - Publicidad ambiental
- 6. BIOCOMERCIO SOSTENIBLE – PROGRAMA NACIONAL DE MERCADOS VERDES
  - Qué es el biocomercio sostenible?
  - Principios de biocomercio sostenible
  - En qué consiste el programa nacional de mercados verdes?
  - Categorías de los mercados verdes colombianos
  - Potencial de los mercados verdes en Colombia

### **ESTRATEGIA METODOLÓGICA Y DIDÁCTICA**

- Exposiciones por parte del docente
- Exposiciones grupales de estudiantes
- Conversatorios a partir de lecturas extraclase
- Análisis de casos
- Visitas a empresas de la región
- Propuestas creativas ecológicas de diseño de empaque y etiquetado
- Participación en foros a través de TICs

### **EVALUACION**

- Nivel de participación en conversatorios y foros tanto presenciales como virtuales.
- Calidad de contenido de los trabajos presentados
- Nivel de análisis y crítica en los casos trabajados
- Pruebas escritas individuales

### **BIBLIOGRAFÍA**

DUQUE, Ernesto. 2008. Paradigmas de los Negocios verdes. Universidad Sergio Arboleda. Bogotá, Colombia.

GOMEZ, Javier y DUQUE, Ernesto. 2004. Ecosellos. Aplicación al marketing green y los negocios internacionales. Ecoe ediciones. Bogotá, Colombia.

AVELLANEDA CUSAIRA Alfonso. 2002. Gestión ambiental y planificación del desarrollo. El reloj verde. Ecoe ediciones. Bogotá, Colombia.

CHAMORRO, A 2001. "El Marketing Ecológico", [en línea] 5campus.org, Medio Ambiente. [febrero de 2007]

MARC J. Epstein. 2000. El desempeño ambiental de la empresa. Ecoe ediciones. Bogotá, Colombia.

NEBEL, BERNARD J & WRIHTH, RICHARD T. 1999. Ciencias ambientales. Ecología y desarrollo sostenible. Sexta Edición. Ed. Prentice Hall- Pearson. México.

RIVERA, Camino. MOLERO, Ayala. (2003). El marketing ambiental en las organizaciones. [en línea]. SCHIDHEINY, Stephan. 1997. Cambiando el Rumbo. Fondo de Cultura Económica. Bogotá.