

Plan 428 MASTER UNIVERSITARIO EN INGENIERÍA DE MONTES
 Asignatura 51984 COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING DE PRODUCTOS FORESTALES
 Grupo 1

Presentación

Programa Básico

Objetivos

El objetivo de esta asignatura es que el alumno adquiera los principios básicos y conocimientos mínimos en los que se basa el Marketing, como herramienta básica de nuestra sociedad.

De forma simultánea se realizará un enfoque particular hacia el sector forestal, y del medio ambiente en general, de forma que el alumno adquiera los conocimientos mínimos para tener criterio a la hora de decidir, criticar, evaluar, valorar, etc. cualquier programa de marketing de un determinado producto o servicio.

Programa de Teoría

1- INTRODUCCIÓN AL MARKETING.

- Definición de Marketing.
- Definición de Comercialización.
- Definición de "Productos forestales".
- Ampliación del alcance de Productos Forestales.

2- PLAN DE MARKETING.

- Definición
- Líneas generales del Plan de Marketing.
- Seguimiento en la ejecución del Plan de Marketing.

2.1- Marketing estratégico.
Análisis estratégico.

- 2.2- Marketing operacional - Marketing Mix.
- Política de Producto.
 - Política de Precio.
 - Política de Distribución.
 - Política de Comunicación.

2.3- Presentación del Plan de Marketing.

3- LA PUBLICIDAD.
Crítica publicitaria.

4- LA MARCA.

5- LA IMAGEN.

6- MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA.

7- HOY ES MARKETING.

Programa Práctico

El programa de prácticas incluye:

- Análisis de Planes de Marketing ejemplo.
 - Visualización para su análisis de ejemplos de campañas de publicidad (gráficas, radio, tv, etc.).
 - Realización de casos prácticos:
 - * "No sé si lanzar un producto de menor calidad".
 - * "Caso Disney. Utilización de los recursos: resurgimiento de Walt Disney".
 - * "Caso Madonna".
 - Conferencias impartidas por expertos en Marketing o profesionales en determinados productos (forestales o no).
-

Evaluación

La evaluación de la asignatura se realizará de la siguiente forma:

Al terminar el cuatrimestre cada alumno presentará dos ejercicios, puntuando cada uno de ellos el 50% de la nota de la asignatura:

EJERCICIO 1: ESTUDIO Y ANÁLISIS DE UN PLAN DE MARKETING. (50% NOTA ASIGNATURA).

Dado un producto, marca, servicio, etc. existente en el mercado, se analizará el Plan de Marketing que lo soporta. Se facilitará al alumno un listado de direcciones web orientativo de empresas, productos y servicios relacionados con el sector forestal.

EJERCICIO 2: DESARROLLO DE UN PLAN DE MARKETING. (50% NOTA ASIGNATURA).

Se desarrollará un Plan de Marketing para un producto elegido por el alumno. Este producto excepcionalmente podrá estar ya en el mercado. Será preferible y así se exige, que el producto obedezca a la propia creatividad del alumno.

Para que cada ejercicio puntúe deberá tener la calidad mínima exigida.

Bibliografía
