

IF-24-726 ECONOMÍA Y MERCADOTECNIA FORESTAL

<p align="center">UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA</p>  <p align="center">UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA UNIDAD ACADÉMICA: Facultad de Ciencias Agrícolas y Forestales</p>  <p align="center">PROGRAMA DEL CURSO: Economía y Mercadotecnia Forestal</p>	DES:	Agropecuaria
	Programa(s) académico(s)	Ingeniería Forestal
	Tipo de MATERIA: <i>Obligatoria / Optativa</i>	Optativa
	Clave de la Materia:	IF-24-726
	Semestre:	Séptimo
	Área en plan de estudios (B,P,E,O):	Optativa
	Total de horas por semana:	6
	h./semana trabajo presencial/virtual	2
	h./semana laboratorio/taller	2
	Práctica	1
	h. trabajo extra-clase:	1
	Total de horas por semestre: <i>Total de horas semana por 16 semanas</i>	96
	Créditos totales:	6
	Fecha de actualización:	27 de octubre 2024
Prerrequisito (s):	Ninguno	
Elaboró	Dra. Luisa Patricia Uranga Valencia Ph.D. Concepción Luján Álvarez	

DESCRIPCIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE/ CURSO:

En la transición hacia un desarrollo forestal sustentable, el componente económico y de mercado, incluido en la dinámica del desarrollo de un sistema holístico, tiene un impacto fundamental en los patrones de producción, distribución, comercialización y consumo, de tal manera que es necesario considerar su efecto en el proceso de toma de decisiones entorno a los demás componentes en la filosofía del desarrollo sustentable, tales como el aspecto ecológico-ambiental, sociológico y cultural. Por lo tanto, en cualquier acción tendiente a un desarrollo forestal sustentable, el factor económico

y de mercado deben de ser analizados con la visión de lograr en el futuro y a largo plazo un equilibrio entre la acción humana y su efecto en el ecosistema forestal.

A la vez, el entorno actual de mercado está en constante cambio. El avance tecnológico en la industria, las tecnologías de información y los medios electrónicos han transformando a los consumidores, haciéndolos más informados, exigentes y más selectivos y complejos en sus decisiones de compra, todo este es un contexto en el que se encuentra inmerso el estudiante de la carrera de Ingeniero Forestal el cual podrá incorporarse al mercado laboral con mayor facilidad y contribuir eficaz y eficientemente a la solución de las necesidades que la sociedad demande en lo referente a planes, estrategias y acciones de Economía y Mercadotecnia. Por lo tanto, la Economía y la Mercadotecnia constituyen una disciplina conjunta que debe de contribuir a realizar análisis económicos sobre procesos de producción, distribución y consumo de bienes y servicios relacionados con el desarrollo forestal sustentable, así como la ejecución de estudios de mercado relacionados con la comercialización de productos forestales maderables y no maderables para beneficio del consumidor con criterios de sustentabilidad.

COMPETENCIA PRINCIPAL QUE SE DESARROLLA:

En la actualidad los negocios forestales requieren egresados con conocimientos, competencias, habilidades, y actitudes desarrolladas en las áreas de la Economía y la Mercadotecnia Forestal, por lo cual, al complementarlo con el desarrollo de su estructura cognitiva, conceptos y hechos prácticos se encuentran con mayor preparación para la toma de decisiones que le confiere. Por ello, es importante que el estudiante tenga conocimientos y aplique conceptos básicos de Economía, así como establecer estrategias de Mercadotecnia para el desarrollo de un plan de mercadotecnia orientadas en los clientes, basado en información recopilada y analizada de fuentes primarias y secundarias del consumidor o usuario, de algún producto, de acuerdo a oportunidades y amenazas de mercado forestal.

Por lo tanto, este curso contribuye al perfil del ingeniero forestal con principios teóricos y prácticos que lo apoyarán en la toma de decisiones sobre análisis económicos y comercialización de productos (bienes y servicios) derivados del desarrollo forestal sustentable. A la vez, conceptualizará un producto, el desarrollo de nuevos productos y su demanda, analizar el concepto de mercado y la determinación de precios de los productos en el mercado mediante el análisis de costo-beneficio y optimización de los recursos. Asimismo, el curso proporciona las herramientas para la integración de los procesos de promoción, publicidad, colocación de productos y canales de comercialización de diferentes productos forestales que demanda la sociedad.

E2. COMPONENTES DE LA CADENA PRODUCTIVA FORESTAL

5. Identifica e implementa alternativas de producción, transformación y comercialización de bienes y servicios forestales.

E6. DESARROLLO RURAL FORESTAL

7. Promueve la vinculación de productores con empresas, proveedores, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales y de comercialización.

DESEMPEÑO S DE LAS COMPETENCIAS (Desempeños)	OBJETOS DE ESTUDIO (Contenidos, temas y subtemas)	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	METODOLOGÍA (Estrategias, secuencias, recursos didácticos)	EVIDENCIAS DE DESEMPEÑO
<p>Competencias específicas:</p> <p>Investigación y transferencia de tecnología al sector forestal</p> <p>Dominio: 4</p> <p>Componentes de la cadena productiva forestal</p> <p>Dominios: 1,2,3,5</p> <p>Capacitación y difusión de la cultura forestal</p> <p>Dominios: 1,2,3,4,5</p> <p>Manejo sustentable de ecosistemas forestales</p>	<p>1. Análisis Macroeconómico</p> <p>1.1. Variables macroeconómicas</p> <p>1.2. Los sectores de la economía y su participación en el Producto Interno Bruto (PIB).</p> <p>1.3. Macroeconomía y Política Económica</p> <p>1.4. Inversión, consumo y ahorro</p> <p>Habilidades Blandas: <i>Comunicación efectiva</i></p>	<p>Describir las variables macroeconómicas, ilustrando con ejemplos</p> <p>Explicar el comportamiento de los sectores de la economía en relación con su participación en el PIB</p> <p>Explicar la relación entre la Macroeconomía y la política económica en el ámbito forestal</p> <p>Describir los conceptos de inversión, consumo y ahorro</p> <p>Resultados de Aprendizaje de Habilidades Blandas: <i>Comunicación efectiva:</i> El alumno</p>	<p>Explora conocimientos previos sobre Economía y Mercadotecnia Forestal</p> <p>Elaboración de mapa conceptual sobre variables macroeconómicas</p> <p>Exposición del profesor y del estudiante en forma oral con apoyos didácticos</p> <p>Investigación documental sobre la temática</p> <p>Participación del estudiante en exposiciones al grupo</p> <p>Discusión grupal – lluvia de ideas.</p>	<p>Resumen escrito sobre sus conocimientos previos.</p> <p>Mapa conceptual</p> <p>Entrega ensayo escrito sobre investigaciones documentales de la temática</p> <p>Entrega de presentaciones en power point por parte del estudiante.</p> <p>Instrumentos de Evaluación de</p>

<p>Dominios: 6</p> <p>Desarrollo rural forestal</p> <p>Dominios: 1,2,3,4,7</p>	<p><i>Pensamiento Crítico</i></p>	<p>desarrolla habilidades de comunicación para explicar variables macroeconómicas y su impacto en el sector forestal mediante presentaciones y discusiones grupales.</p> <p><i>Pensamiento Crítico:</i> El alumno emplea pensamiento crítico para evaluar cómo los cambios macroeconómicos pueden afectar la sostenibilidad de los sistemas forestales.</p>	<p>Metodología de Habilidades Blandas:</p> <p><i>Comunicación Efectiva:</i> Los estudiantes participan en sesiones de práctica donde exponen temas macroeconómicos, recibiendo retroalimentación para mejorar claridad y coherencia.</p> <p><i>Pensamiento crítico :</i> Se organizan grupos de discusión en los que los estudiantes analizan casos macroeconómicos aplicados al sector forestal y presentan conclusiones conjuntas al grupo.</p>	<p>Habilidades Blandas:</p> <p><i>Rúbrica de Comunicación Efectiva:</i> Evaluación de la claridad y organización en la presentación de temas macroeconómicos.</p> <p><i>Lista de Cotejo para el pensamiento crítico:</i> Observación y evaluación del desempeño colaborativo en la elaboración del mapa conceptual y la discusión grupal.</p>
<p>Competencias específicas:</p>	<p>2. Costos en sistemas de producción</p>	<p>Describir e interpretar el concepto de sistema de producción</p>	<p>Exposición del profesor y del estudiante en</p>	<p>Documentos en PowerPoint de la</p>

<p>Investigación y transferencia de tecnología al sector forestal</p> <p>Dominio: 4</p> <p>Componentes de la cadena productiva forestal</p> <p>Dominios: 1,2,3,5</p> <p>Capacitación y difusión de la cultura forestal</p> <p>Dominios: 1,2,3,4,5</p> <p>Manejo sustentable de ecosistemas forestales</p> <p>Dominios: 6</p> <p>Desarrollo rural forestal</p> <p>Dominios: 1,2,3,4,7</p>	<p>2.1. Concepto de sistema de producción forestal y su importancia económica</p> <p>2.2. Clasificación y valuación de los insumos</p> <p>2.3. Clasificación de costos de producción forestal</p> <p>2.4. Determinación y análisis de los costos de producción forestal</p> <p>Habilidades Blandas:</p> <p><i>Resolución de Problemas</i></p> <p><i>Colaboración</i></p>	<p>forestal y su importancia económica en la empresa forestal</p> <p>Explicar el comportamiento de la valoración de insumos y análisis de costos de producción forestal de la empresa forestal.</p> <p>Resultados de Aprendizaje de Habilidades Blandas:</p> <p><i>Resolución de Problemas:</i> El alumno aplica técnicas de resolución de problemas para analizar y optimizar los costos de producción en diferentes contextos forestales.</p> <p><i>Colaboración:</i> El alumno trabaja en equipos para realizar estudios de costos y discutir alternativas de mejora en sistemas de producción forestal.</p>	<p>forma oral con apoyos didácticos</p> <p>Investigación documental sobre la temática</p> <p>Participación del estudiante en exposiciones al grupo</p> <p>Discusión grupal – lluvia de ideas.</p> <p>Metodología de Habilidades Blandas:</p> <p><i>Resolución de Problemas:</i> Los estudiantes trabajan en equipos para resolver casos de estudio sobre problemas de costos, proponiendo soluciones para optimizar los sistemas de producción forestal.</p> <p><i>Colaboración:</i> Se desarrolla actividades de</p>	<p>exposición de los equipos de trabajo.</p> <p>Ensayos en Word</p> <p>sobre el comportamiento del análisis de costos de producción forestal en la empresa forestal.</p> <p>Instrumentos de Evaluación de Habilidades Blandas:</p> <p><i>Rúbrica de Resolución de Problemas:</i> Evaluación de la habilidad para proponer soluciones innovadoras en el análisis de costos.</p>
--	---	--	--	---

			<p>role-playing en las que los estudiantes asumen el rol de diferentes stakeholders, como productores y comunidades locales, para entender el impacto de los costos y su optimización en el sector forestal.</p>	<p><i>Observación Estructurada de colaboración:</i> Evaluación de la empatía del estudiante en actividades de role-playing, enfocada en comprender diferentes perspectivas dentro del sistema de producción forestal.</p>
<p>Competencias específicas:</p> <p>Investigación y transferencia de tecnología al sector forestal</p> <p>Dominio: 4</p> <p>Componentes de la cadena productiva forestal</p> <p>Dominios: 1,2,3,5</p> <p>Capacitación y difusión de la</p>	<p>3. Análisis económico de la empresa forestal</p> <p>3.1. Conceptos: análisis económico y financiero</p> <p>3.2. Rentabilidad económica</p> <p>3.3. Riesgo económico</p> <p>3.4. Rotación de activos y margen de ventas</p> <p>Habilidades Blandas: <i>Toma de Decisiones</i></p>	<p>Analizar y discutir los conceptos de análisis económico y financiero</p> <p>Aplicar metodologías para la determinación e interpretación del análisis económico de la empresa forestal: rentabilidad económica, riesgo económico, rotación de activos y margen de ventas.</p> <p>Resultados de Aprendizaje de Habilidades Blandas:</p>	<p>Exposición del profesor y del estudiante en forma oral con apoyos didácticos</p> <p>Investigación documental sobre la temática</p> <p>Participación del estudiante de forma individual o equipo en exposiciones al grupo</p> <p>Discusión grupal – lluvia de ideas.</p>	<p>Documentos en PowerPoint de la exposición de los equipos de trabajo.</p> <p>Ensayos en Word sobre el análisis económico de la empresa forestal.</p> <p>Instrumentos de Evaluación de</p>

<p>cultura forestal</p> <p>Dominios: 1,2,3,4,5</p> <p>Manejo sustentable de ecosistemas forestales</p> <p>Dominios: 6</p> <p>Desarrollo rural forestal</p> <p>Dominios: 1,2,3,4,7</p>	<p><i>Adaptabilidad</i></p>	<p><i>Toma de Decisiones:</i> El alumno practica la toma de decisiones evaluando el análisis financiero y económico de una empresa forestal.</p> <p><i>Adaptabilidad:</i> El alumno demuestra adaptabilidad al aplicar diferentes enfoques para el análisis de riesgo y rentabilidad en escenarios cambiantes.</p>	<p>Metodología de Habilidades Blandas:</p> <p><i>Adaptabilidad:</i> Los estudiantes realizan ejercicios de análisis crítico sobre estudios de rentabilidad y riesgo económico, identificando ventajas y desventajas de diferentes estrategias económicas.</p> <p><i>Autonomía y Toma de Decisiones:</i> Los estudiantes analizan diferentes escenarios de análisis financiero y deciden las mejores opciones para maximizar la rentabilidad en la empresa forestal.</p>	<p>Habilidades Blandas:</p> <p><i>Rúbrica de adaptabilidad:</i> Evaluación de la capacidad de análisis y discusión crítica en el contexto del análisis financiero.</p> <p><i>Lista de Cotejo para Autonomía y Toma de Decisiones:</i> Evaluación del proceso de decisión autónoma del estudiante al seleccionar y aplicar metodologías de análisis económico.</p>
<p>Competencias específicas:</p> <p>Investigación y transferencia de tecnología</p>	<p>4. Aspectos generales de mercadotecnia</p> <p>4.1. Concepto y evolución de la mercadotecnia y administración</p>	<p>Interpretar la evolución de la Mercadotecnia y Administración</p>	<p>Exposición del profesor y del estudiante en forma oral con apoyos didácticos</p>	<p>Reportes escritos sobre investigación documental de los temas</p>

<p>al sector forestal</p> <p>Dominio: 4</p> <p>Componentes de la cadena productiva forestal</p> <p>Dominios: 1,2,3,5</p> <p>Capacitación y difusión de la cultura forestal</p> <p>Dominios: 1,2,3,4,5</p> <p>Manejo sustentable de ecosistemas forestales</p> <p>Dominios: 6</p> <p>Desarrollo rural forestal</p> <p>Dominios: 1,2,3,4,7</p>	<p>4.2. La función de la mercadotecnia forestal en el desarrollo económico.</p> <p>4.3. Mercadotecnia y creación de necesidades.</p> <p>4.4. Tendencias de la mercadotecnia forestal y su función en la empresa.</p> <p>4.5. Política de compras verdes</p> <p>Habilidades Blandas:</p> <p><i>Creatividad e Innovación</i></p> <p><i>Empatía:</i></p>	<p>Describir e interpretar la función de la mercadotecnia forestal en el desarrollo económico.</p> <p>Analizar y describir las tendencias de la mercadotecnia forestal y su función en la empresa.</p> <p>Resultados de Aprendizaje de Habilidades Blandas:</p> <p><i>Creatividad e Innovación:</i> El alumno genera ideas innovadoras en estrategias de mercadotecnia que responden a las tendencias actuales en el sector forestal.</p> <p><i>Empatía:</i> El alumno desarrolla empatía al considerar las necesidades del consumidor en la creación de estrategias de mercadotecnia forestal.</p>	<p>Investigación documental sobre la temática</p> <p>Participación del estudiante de forma individual o equipo en exposiciones al grupo</p> <p>Discusión grupal – lluvia de ideas.</p> <p>Metodología de Habilidades Blandas:</p> <p><i>Creatividad e Innovación:</i> Los estudiantes desarrollan ideas innovadoras para campañas de mercadotecnia forestal, aplicando tendencias actuales y técnicas creativas en su presentación.</p> <p><i>Empatía:</i> Se realizan simulaciones de escenarios de mercado en los que los estudiantes deben adaptar sus</p>	<p>Documentos en PowerPoint de la exposición de los equipos de trabajo.</p> <p>Ensayo escrito sobre la función y tendencias de la Mercadotecnia Forestal.</p> <p>Instrumentos de Evaluación de Habilidades Blandas:</p> <p><i>Rúbrica de Creatividad e Innovación:</i> Evaluación de la originalidad y aplicabilidad de las propuestas de marketing realizadas</p>
--	--	--	--	---

			<p>estrategias de mercadotecnia a cambios imprevistos en la demanda y condiciones del mercado.</p>	<p>por el estudiante.</p> <p><i>Observación de la empatía:</i> Evaluación de la capacidad de adaptación del estudiante en simulaciones de escenarios cambiantes en el mercado.</p>
<p>Competencias específicas:</p> <p>Investigación y transferencia de tecnología al sector forestal</p> <p>Dominio: 4</p> <p>Componentes de la cadena productiva forestal</p> <p>Dominios: 1,2,3,5</p>	<p>5. Mezcla de mercadotecnia forestal</p> <p>5.1 Productos, servicios y estrategias.</p> <p>5.2. Desarrollo de nuevos productos y estrategias del ciclo de vida del producto</p> <p>5.3. Factores, enfoques y estrategias de fijación de precios</p> <p>5.4. Canales de Mercadotecnia y cadenas de distribución.</p> <p>5.5. Publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y Técnicas de Ventas.</p>	<p>Describir y explicar la mezcla de mercadotecnia forestal para la toma de decisiones</p> <p>Explicar el significado e implicaciones de canales de Mercadotecnia y cadenas de distribución</p> <p>Resultados de Aprendizaje de</p>	<p>Exposición del profesor y del estudiante en forma oral con apoyos didácticos</p> <p>Investigación documental sobre la temática</p> <p>Participación del estudiante de forma individual o equipo en exposiciones al grupo</p>	<p>Reportes escritos sobre investigación documental de la temática</p> <p>Documentos en PowerPoint de la exposición de todos los equipos de trabajo.</p>

<p>Capacitación y difusión de la cultura forestal</p> <p>Dominios: 1,2,3,4,5</p> <p>Manejo sustentable de ecosistemas forestales</p> <p>Dominios: 6</p> <p>Desarrollo rural forestal</p> <p>Dominios: 1,2,3,4,7</p>	<p>Habilidades Blandas:</p> <p><i>Trabajo en Equipo</i></p> <p><i>Planificación y Organización</i></p>	<p>Habilidades Blandas:</p> <p><i>Trabajo en Equipo:</i> El alumno colabora con sus compañeros en el diseño de estrategias de distribución y promoción de productos forestales.</p> <p><i>Planificación y Organización:</i> El alumno desarrolla habilidades de planificación en la creación de una mezcla de mercadotecnia alineada con los objetivos de la empresa.</p>	<p>Discusión grupal – lluvia de ideas.</p> <p>Plenaria con lluvia de ideas y explicación con lecturas comentadas.</p> <p>Metodología de Habilidades Blandas:</p> <p><i>Planificación y Organización:</i> Los estudiantes diseñan planos de mezcla de mercadotecnia detallados, incluyendo una planificación estratégica de cada elemento, desde el producto hasta la promoción y distribución.</p> <p><i>Trabajo en Equipo:</i> Se llevan a cabo proyectos en equipo en los que los estudiantes trabajan juntos para desarrollar una estrategia de mercadotecnia completa,</p>	<p>Entrega de un ensayo sobre la descripción de un análisis de la mezcla de Mercadotecnia Forestal</p> <p>Instrumentos de Evaluación de Habilidades Blandas:</p> <p><i>Lista de Cotejo para Planificación y Organización:</i> Evaluación del proceso de planificación y organización del estudiante en la elaboración de estrategias de mercadotecnia.</p> <p><i>Rúbrica de trabajo en equipo:</i></p>
---	---	--	---	---

			incluyendo asignación de roles y coordinación de tareas.	Evaluación de la capacidad del estudiante para colaborar y coordinarse eficazmente en equipo durante el desarrollo del proyecto.
<p>Competencias específicas:</p> <p>Investigación y transferencia de tecnología al sector forestal</p> <p>Dominio: 4</p> <p>Componentes de la cadena productiva forestal</p> <p>Dominios: 1,2,3,5</p> <p>Capacitación y difusión de la cultura forestal</p> <p>Dominios: 1,2,3,4,5</p>	<p>6. Investigación de mercados forestales</p> <p>6.1. Conceptos de marketing e investigación de mercados</p> <p>6.2. El proceso de investigación de mercados 6.2.1: definición de objetivos, el problema y justificación 6.2.2: formulación del diseño de investigación 6.2.3: toma de datos de campo 6.2.4: preparación y análisis de datos</p> <p>6.3. Diseño del plan de marketing: oferta, demanda, precio, competidor, canales de distribución y comercialización</p> <p>Habilidades Blandas:</p> <p><i>Iniciativa</i></p>	<p>Interpretar el significado de los conceptos de marketing e investigación de mercados</p> <p>Aplicar el proceso de investigación de mercados en la empresa forestal</p> <p>Diseñar un plan de Mercadotecnia</p> <p>Resultados de Aprendizaje de Habilidades Blandas:</p> <p><i>Iniciativa:</i> El alumno muestra al proponer métodos</p>	<p>Exposición del profesor y del estudiante en forma oral con apoyos didácticos</p> <p>Investigación documental sobre la temática</p> <p>Participación del estudiante de forma individual o equipo en exposiciones al grupo</p> <p>Discusión grupal – lluvia de ideas.</p> <p>Participación en plenaria por equipos de trabajo sobre la</p>	<p>Reportes escritos sobre investigación documental</p> <p>Documentos en PowerPoint de la exposición de todos los equipos de trabajo.</p> <p>Entrega de un plan de mercadotecnia elaborado por equipos de trabajo</p>

<p>Manejo sustentable de ecosistemas forestales</p> <p>Dominios: 6</p> <p>Desarrollo rural forestal</p> <p>Dominios: 1,2,3,4,7</p>	<p><i>Capacidad Analítica</i></p>	<p>de recolección y análisis de datos en investigaciones de mercado forestal.</p> <p><i>Capacidad Analítica:</i> El alumno emplea habilidades analíticas para interpretar datos de mercado y elaborar estrategias de mercadotecnia con base en estos datos.</p>	<p>investigación de mercados.</p> <p>Metodología de Habilidades Blandas:</p> <p><i>Capacidad Analítica:</i> Los estudiantes aplican herramientas de análisis de datos y métodos estadísticos en el proceso de investigación de mercados, interpretando resultados para obtener conclusiones relevantes.</p> <p><i>Iniciativa y Autogestión:</i> Los estudiantes llevan a cabo una investigación de mercado simulada de forma independiente, desde la recolección de datos hasta el análisis, proponiendo sus propias conclusiones y recomendaciones</p>	<p>Instrumentos de Evaluación de Habilidades Blandas:</p> <p><i>Rúbrica de Capacidad Analítica:</i> Evaluación de la habilidad del estudiante para analizar y sintetizar información de mercado de manera efectiva.</p> <p><i>Lista de Cotejo para Iniciativa y Autogestión:</i> Observación y evaluación de la proactividad y capacidad del estudiante para gestionar su propia investigación de mercado de manera autónoma.</p>
--	-----------------------------------	---	--	--

			y para la empresa forestal.	
--	--	--	-----------------------------	--

FUENTES DE INFORMACIÓN (Bibliografía, direcciones electrónicas)	EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES (Criterios, ponderación e instrumentos)
<ul style="list-style-type: none"> ○ Ayres, F. Jr. 1984. Matemáticas Financieras. Serie Shaum- Mc Graw Hill. ○ Bueno, E. 2004. Curso básico de economía de la empresa: Un enfoque de organización, 4.^a ed., Madrid: Pirámide. ○ Chapela, G. 2012. Problemas y oportunidades en el mercado para las empresas sociales forestales en México. Consejo Civil Mexicano para la Silvicultura Sostenible. Universidad Autónoma de Chapingo. ○ CONAFOR. 2021. El sector forestal en cifras 2020. Bosques para el bienestar social y climático. ○ Dornbusch, R. 1998. Macroeconomía. Mc Graw Hill. ○ Duer, A.W. 1960. Fundamentals of forestry Economics. Mc Graw Hill Book Company.. ○ Eaton, B.C. y Eaton D.F. 1982. Microeconomía. Fondo de Cultura Económica. ○ FAO. 2020. El Estado de los Bosques en el Mundo. Italia. ○ Kerin, R. A., Hartley, S. W., Rudelius, W. 2009. Marketing, Ed. Mc. Graw Hill 9a ed 	<p>Estrategas de aprendizaje:</p> <p>Exposición mediante proyección visual, con argumentación de los alumnos. Explicaciones verbales del maestro con apoyo de presentaciones y de videos.</p> <p>Implementación de prácticas de campo en cadenas productivas forestales, ejidos y comunidades forestales, empresas forestales comunitarias. Bases de datos y equipo de cómputo como apoyo.</p> <p>Portafolio de evidencias 40%</p> <p>Examen escrito 30%</p> <p>Exposiciones en clase 20%</p> <p>Participación en clase 10%</p>

- Fisher, L. y Espejo, J. 2003. Mercadotecnia, Editorial Mc Graw Hill 2003
- Kotler & Armstrong. 2013. *Fundamentos de Marketing*. México: 11ª Ed. Pearson.
- Kotler .1996. Dirección de Mercadotecnia. México, 8ª Ed. Prentice Hall.
- Malhotra, N.K. 2008. Investigación de Mercados. México, 5ª Ed. Prentice Hall.
- Mercado, S. 2006. Mercadotecnia programada 3ª edición, Editorial Noriega-
- Limusa Mullins, John W.; Administration del marketing, Editorial Mc Graw Hill 2006
- Porter, M. 1982. Estrategia competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. México, Ed.CECSA.
- Porter, M. 1991. La ventaja competitiva de las naciones. México. CECSA.
- Stanton, E. y Walker .2007. Fundamentos de Marketing. México. 14 Ed. McGraw- Hill.

CRONOGRAMA DEL AVANCE PROGRAMÁTICO																
Objetos de Estudio	Semanas															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
OBJETO DE ESTUDIO 1																

OBJETO DE ESTUDIO 2															
OBJETO DE ESTUDIO 3															
OBJETO DE ESTUDIO 4:															
OBJETO DE ESTUDIO 5:															
OBJETO DE ESTUDIO 6:															

CRITERIO TRANSVERSAL DEL SEAES APLICADO A LOS OBJETOS DE ESTUDIO DE LA ASIGNATURA

Criterio Transversal del SEAES Compromiso con la Responsabilidad Social
El Criterio Transversal del SEAES (Sistema de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior) en el contexto de la “Compromiso con la Responsabilidad Social” se integra de la siguiente manera en los objetos de estudio de la asignatura de Economía y Mercadotecnia Forestal:
Objetos de Estudio:
Descripción: La Economía y Mercadotecnia Forestal forma a los estudiantes con la capacidad de analizar y aplicar conceptos económicos y estrategias de mercadotecnia que promuevan la sostenibilidad en la industria forestal, integrando una conciencia de responsabilidad social. Los futuros ingenieros forestales son capacitados para tomar decisiones que consideran no solo el crecimiento económico, sino también el impacto ambiental y social de sus acciones, buscando siempre un equilibrio entre la productividad económica y la conservación de los recursos naturales. Este enfoque es esencial para responder a los desafíos actuales de sostenibilidad en los recursos forestales, donde las decisiones económicas afectan directamente la biodiversidad, el clima y las comunidades dependientes de estos recursos. Este enfoque de compromiso social busca que los ingenieros forestales graduados no solo contribuyan a la economía del sector forestal, sino que también sean promotores de prácticas empresariales sostenibles que mejoren la calidad de vida de las comunidades, apoyen el desarrollo regional. y preservar los recursos naturales para futuras generaciones.

