

GUÍA DOCENTE

COMUNICACION DE LA EMPRESA: MARKETING

GRADO EN CONTABILIDAD Y FINANZAS

CURSO 2026-27

Fecha de publicación: 07-07-2026



I.-Identificación de la Asignatura

Tipo	FORMACIÓN BÁSICA
Período de impartición	2 curso, 2Q semestre
Nº de créditos	6
Idioma en el que se imparte	Castellano

II.-Presentación

Comunicación de la Empresa: Marketing es una asignatura de formación básica de **segundo curso** con seis Créditos. Perteneciente al área de Comercialización e Investigación de Mercados y es de carácter introductorio, tiene como objetivo formar a los y las estudiantes del Grado en Contabilidad y Finanzas en los fundamentos e instrumentos básicos del Marketing, de tal forma que puedan comprender y proponer decisiones en este área de la empresa en la actualidad.

La materia se estructura en tres partes: la primera orientada a los conceptos básicos del Marketing en el ámbito del mercado y de la empresa y al proceso de planificación de marketing; la segunda, que considera sus principales instrumentos para la adopción de decisiones de marketing estratégico; y finalmente, en la tercera, en la que se tratarán las variables controlables para la aplicación del marketing operativo: producto, precio, distribución y comunicación y las 3 Ps del marketing ampliado para empresas de servicios (personas, procesos y elementos físicos). Con especial atención a la teoría y la práctica a lo largo de toda la asignatura de la variable de Comunicación.

Por otra parte, los avances en las TIC ofrecen un gran potencial para la mejora de los procesos de Marketing que ha propiciado cambios en su práctica. Es por ello, que a lo largo del programa de la asignatura, se abordarán las implicaciones que el ámbito digital tiene tanto en los fundamentos del marketing como en sus variables de gestión.

Como requisitos previos, se recomienda que los estudiantes aborden la asignatura con dominio de ciertas competencias: Trabajo en grupo, capacidad de análisis y de síntesis, habilidad para analizar, buscar y discriminar información proveniente de fuentes diversas, motivación por la calidad y rigor en el trabajo. Consideraciones generales en la evaluación de la asignatura: Sin menoscabo de los derechos y deberes de los estudiantes recogidos en el Estatuto del estudiante (RD 1791/2010), en los Estatutos de la URJC y en su Normativa interna.

III.-Resultados de Aprendizaje



CT1. Capacidad de análisis y síntesis

CT14. Capacidad para tomar decisiones

CT17. Creatividad

CT18. Capacidad para trabajar en equipo

CT3. Capacidad de gestión de la información

CT4. Capacidad crítica y autocrítica

CT5. Aprendizaje autónomo

CT6. Capacidad de adaptación a entornos cambiantes

CE11. Comprender las alternativas estructurales de una empresa, sus políticas y sus planes.

CE15. Comprender el impacto de las operaciones económicas que desarrollan las empresas y los grupos empresariales.

CE21. Saber identificar las diferentes oportunidades económicas que se le pueden presentar a la empresa y elegir la mejor alternativa en función de sus objetivos.

• Leyenda para las titulaciones no adaptadas al RD 822/21: **CB** - competencias básicas, **CG** - competencias generales, **CE** - competencias específicas, **CT** - competencias transversales.

• Leyenda para las titulaciones adaptadas al RD 822/21: **CON** - conocimientos, **COM** - competencias, **HAB** - habilidades.

IV.-Contenido

IV.A.-Temario de la asignatura

IV.A.-Temario de la asignatura

PRIMERA PARTE: PRESENTACIÓN

Tema 1. Introducción al Marketing

SEGUNDA PARTE: MARKETING ESTRATÉGICO

Tema 2. El entorno de Marketing

Tema 3. El Comportamiento del Consumidor

Tema 4. La investigación de mercados

Tema 5. Segmentación y posicionamiento

TERCERA PARTE. LAS DECISIONES DE MARKETING

Tema 6. El Producto

Tema 7. El precio

Tema 8. La distribución

Tema 9. Comunicación integrada de marketing (CIM)

Tema 10. Marketing Mix Ampliado: Personas, procesos y evidencias físicas (physical evidences)

IV.B.-Actividades formativas

Tipo	Descripción
Realización de pruebas	Realización de las pruebas de evaluación especificadas en la guía docente y guía de estudio (en la plataforma virtual y presencialmente)
Otras actividades	Asistencia a tutorías académicas
Lecturas	Trabajo autónomo del estudiante: preparación de contenidos teóricos; escucha de los podcasts educativos; lectura comprensiva del material docente recomendado, bibliografía básica y complementaria, casos de estudio, artículos de actualidad, escucha de podcast educativos, etc.
Asistencia a clases teóricas	Asistencia a clases teórico-prácticas.
Trabajos colectivos	Actividades de carácter práctico (trabajo individual/grupal y, en su caso, exposiciones orales)



V.-Tiempo de trabajo del alumnado (30h grado y 25h máster)

Clases teóricas	40
Clases de resolución de ejercicios, problemas, casos, etc.	16
Prácticas en laboratorios experimentales, tecnológicos, clínicos, campo, etc.	0
Realización de pruebas	4
Tutorías académicas	36
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	12
Preparación de clases teóricas	20
Preparación de prácticas/ejercicios/casos	32
Preparación de pruebas	20
Total de horas de trabajo del alumnado	180

VI.-Metodología y plan de trabajo

Tipo	Periodo	Contenido
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 15	Contenidos del Programa
Prácticas	Semana 1 a Semana 15	Prácticas realizadas en clase de forma individual o en grupo basadas en el estudios de caso, desarrollo de ejercicios y, en su caso, exposiciones orales.
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 15	Lectura y visionados (material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia). Se desarrollará un aprendizaje dirigido y autónomo del estudiante a través de una lectura de comprensión y asimilación de los materiales didácticos proporcionados por el profesorado.
Tutorías académicas	Semana 1 a Semana 15	Horario a determinar en clase por cada profesor/a que imparte esta asignatura.



VII.-Método de evaluación

El modelo de evaluación general es la evaluación continua, tal como establece el Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

Deberán utilizarse todos los sistemas de evaluación establecidos para la asignatura en la memoria de la titulación, excepto aquellos que tuviesen una ponderación mínima del 0%, que podrán utilizarse en los cursos académicos en los que el profesorado lo considere oportuno. Cada uno de los sistemas de evaluación podrá ser aplicado mediante una o más actividades de evaluación, coherentes con ese sistema. Ninguna de las actividades de evaluación podrá superar individualmente el 60% de la calificación global de la asignatura.

La suma de las actividades de evaluación no revaluables no podrá superar el 40% de la calificación global de la asignatura y, en general, no deberían tener nota mínima (salvo en el caso de actividades de carácter práctico en las que, estrictamente, no pudieran reproducirse en la convocatoria extraordinaria las condiciones de evaluación de la convocatoria ordinaria).

El alumnado que no consiga superar la asignatura en la convocatoria ordinaria, o no se hayan presentado, podrán presentarse a la convocatoria extraordinaria únicamente a las actividades de evaluación revaluables no superadas.

El uso de herramientas basadas en inteligencia artificial está prohibido en cualquier ejercicio y prueba de evaluación de la asignatura salvo que el profesor lo indique de forma explícita en el enunciado o en el material de esta. En caso de que esté permitido, se darán indicaciones precisas de qué usos están permitidos y cuáles no.

La distribución y características de las actividades de evaluación son las que se describen a continuación.

VII.A.- Descripción de las actividades de evaluación y su ponderación

La EVALUACIÓN en CONVOCATORIA ORDINARIA Y EXTRAORDINARIA será la siguiente:

El método de evaluación utilizado por el docente se comunicará a los estudiantes al principio de curso. Por lo general, la evaluación se ponderará de la siguiente forma:

- 60% de la calificación: examen teórico presencial (necesario obtener un 5 para hacer media con las demás puntuaciones). Reevaluable en la convocatoria extraordinaria.
- 40% de la calificación: resolución de casos prácticos individuales o en grupo y, en su caso, exposiciones orales. No reevaluado dado que forma parte de la evaluación continua.

La entrega de la/s actividad/es práctica/s no reevaluables se deberá realizar, obligatoriamente:

- (a) En el formato establecido por la profesora;
- (b) A través de las herramientas de Aula Virtual diseñadas al efecto y que serán especificadas en cada caso por la profesora;
- (c) Dentro de los plazos de entrega marcados por la profesora. En caso de no cumplir alguno de estos requisitos, la calificación a efectos de ponderación será de un cero (0), para ambas convocatorias. No será válido ningún trabajo entregado a través del correo electrónico.
- d) Las actividades prácticas podrán consistir en uno o varios trabajos individuales o grupales. La profesora indicará el formato (individual o grupal) de la entrega de la/s actividad/es práctica/s al comienzo del curso, y en ningún caso podrá sustituirse el trabajo grupal por uno individual.

En el caso de que el alumno no supere con un 5 el examen, en el acta figurará como suspenso con la calificación obtenida en dicho examen.

Aquellos alumnos que soliciten la **convocatoria adelantada** y se les conceda porque cumplen los requisitos establecidos en el Reglamento de Evaluación de los Resultados de Aprendizaje de la URJC, el método de evaluación a aplicar será de una prueba de evaluación a través de **examen presencial teórico-práctico (100%): calificación mínima 5 sobre 10**

VII.B.- Evaluación del alumnado con dispensa académica de asistencia a clase



La concesión de Dispensa Académica de Asistencia a Clase (DAAC) no implica que se quede automáticamente eximido de participar en las actividades de evaluación continua ni en las actividades formativas presenciales de asistencia obligatoria establecidas en la guía docente. Una vez concedida la dispensa, el alumnado deberá contactar con el docente, que podría proponerle las adaptaciones que considere convenientes, siempre que garanticen la adquisición y adecuada evaluación de los resultados de aprendizaje previstos. El alumnado deberá mantener a lo largo de curso una comunicación fluida con el docente para que este le proporcione información sobre las fechas en que se realizarán esas actividades formativas y de evaluación, en caso de que su programación no estuviese ya fijada y a disposición del alumnado en el momento de la concesión de la dispensa.

Asignatura con posibilidad de dispensa: Sí

VII.C.- Revisión y reclamación de las actividades de evaluación

Se realizará conforme al Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

VII.D.- Alumnado con discapacidad o necesidades educativas especiales

Con el fin de garantizar la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico, las adaptaciones curriculares para alumnado con discapacidad o con necesidades educativas especiales serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad, de acuerdo con la normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad, aprobada por Consejo de Gobierno de la Universidad Rey Juan Carlos.

Para que esas adaptaciones puedan realizarse, será requisito la emisión de un informe de adaptaciones curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que el alumnado con discapacidad o necesidades educativas especiales deberán contactar con este servicio para analizar conjuntamente las distintas opciones.

VII.E.- Conducta académica, integridad y honestidad académica

La Universidad Rey Juan Carlos está plenamente comprometida con los más altos estándares de integridad y honestidad académica, por lo que estudiar en la URJC supone asumir y suscribir los valores de integridad y la honestidad académica recogidos en el Código Ético de la Universidad.

Para acompañar este proceso, la Universidad dispone de la Normativa de Convivencia de la Universidad Rey Juan Carlos y de diferentes herramientas (antiplagio, supervisión) que ofrecen una garantía colectiva para el completo desarrollo de estos valores esenciales.

Las herramientas basadas en inteligencia artificial pueden mejorar la experiencia de aprendizaje, pero debe utilizarse de forma ética, legal, honesta y transparente. Por este motivo, deben seguirse las recomendaciones de uso adecuado indicadas por los docentes de la asignatura.



VIII.-Recursos y materiales didácticos

Bibliografía básica

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. (2018). *Principios de marketing*. 17º ed. Ed. Pearson. Prentice Hall.

MARTÍN-SANTANA, J.D; OLARTE PASCUAL, C.; REINARES LARA, E.; REINARES LARA, P. J.; SAMININO GARCÍA, R. (2019): "Gestion de la comunicación.Un enfoque integral". Editorial ESIC.

BLANCO GONZÁLEZ, A.; PRADO ROMÁN, A.; MERCADO IDOETA, C. (2016): "Introducción al Marketing y la Comunicación en la empresa" 2ª Ed. ESIC Editorial

GONZALEZ, E.; LÓPEZ, M.J., OTERO, M.C. (2014): "Manual práctico de marketing". Ed. Pearson, Madrid

KOTLER, P.; Ed. (2017). "Fundamentos de Marketing" 13º Ed. Ed Pearson Educación, Madrid

Bibliografía complementaria

AMSTRONG, G., KOTLER, P.; MERINO, M.J., JUAN, J.M. (2011): "Introducción al Marketing". Ed. Pearson, Madrid.

ESCUADERO ARAGÓN, Mª Eugenia. (2014). "Marketing en la actividad comercial". Ed. Editex.

KERIN ROGER, A. y otros. (2014). "Marketing". 11 Edición. Ed. Mc Graw Hill.

KOTLER, P., AMSTRONG, G., SAUNDERS, J., WONG, V. (2008) "Principios de Marketing". Ed. Pearson y Prentice-Hall.

KOTLER, P.; ARMSTRONG., y otros. (2011). "Introducción al Marketing". Ed. Pearson Educación, Madrid.

SANTESMASES, M., y otros (2009): "Fundamentos de marketing". Ed. Pirámide, Madrid. Cada profesor establecerá a través del Aula Virtual, aquellos enlaces a documentos y bibliografía de actualidad adicionales que considere oportunos.

IX.-Profesorado

Nombre y apellidos	ANA GÓMEZ DE CASTRO
Correo electrónico	ana.decastro@urjc.es
Departamento	Economía de la Empresa
Campus de impartición	Madrid - Vicálvaro
Categoría	Profesor/a Asociado/a
Titulación académica	Doctor
Responsable de asignatura	No
Horario de tutorías	Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	0
Nº de Sexenios	0
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	0
Nombre y apellidos	ROCÍO CALERO DE LA PAZ
Correo electrónico	rocio.calero@urjc.es
Departamento	Economía de la Empresa



Campus de impartición	Fuenlabrada
Categoría	Titular de Universidad
Titulación académica	Doctor
Responsable de asignatura	Si
Horario de tutorías	Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	5
Nº de Sexenios	0
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	3