Universidad Rey Juan Carlos

GUÍA DOCENTE

MARKETING Y DIRECCION DE COMUNICACION

GRADO EN MARKETING

CURSO 2026-27

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 23/11/2026 03:36 | Hash: 7f43b0724ba3a76413d38b715abb8a7e.

Fecha de publicación: 26-06-2026

I.-Identificación de la Asignatura	
Tipo	OPTATIVA
Período de impartición	4 curso, 1Q semestre
Nº de créditos	4.5
Idioma en el que se imparte	Castellano

II.-Presentación

El objetivo principal de la asignatura es capacitar a los/las alumnos/as del Grado en Marketing en los procesos asociados a la gestión de la Comunicación Comercial en un contexto estratégico de **Comunicacion Integrada de Marketing**. Esta materia complementa los conocimientos previos adquiridos por el alumno en la asignatura "Política de comunicación y publicidad digital",desarrollándolos con una perspectiva estratégica, integrada y eminentemente aplicada.

La materia busca formar al alumno/a en la comprensión del proceso de Comunicación Integrada de Marketing, cualificándole en la gestión básica de los diferentes instrumentos de comunicación, asumiendo la influencia de los procesos derivados de los medios digitales. De este modo, una vez finalizada la asignatura, el alumno conocerá los procesos y efectos asociados a cada instrumento de comunicación y estará en condiciones de desarrollar un mix de CIM adaptado a los condicionantes del actual entorno competitivo.

Los principales elementos que se intentan transmitir como objetivo del proceso de aprendizaje de esta asignatura son los siguientes:

- Argumentar la importancia de la Comunicación Integrada de Marketing en el actual entorno competitivo.
- Conocer la secuencia de decisiones estratégicamente adecuadas en el proceso de planificación de la comunicación integrada de marketing-CIM.
- Profundizar en la gestión operativa de la CIM.
- Entender las implicaciones de los medios digitales en la estrategia de comunicación comercial.
- Conceptualizar los diferentes instrumentos de la comunicación comercial.
- Describir los procesos y procedimientos de la comunicación publicitaria.
- Comprender las sinergias del medio internet con el resto de medios publicitarios
- Introducir los principales elementos que permiten valorar una estrategia de planificación de medios publicitarios.
- Conocer y aplicar las variables propias del plan de medios.
- Introducir las especificidades del plan de medios *on line.*
- Comprender los condicionantes de la gestión de la Promoción de ventas como instrumento integrado en la mezcla de comunicación.
- Identificar el potencial del Marketing Directo como instrumento de comunicación.
- Conocer los fundamentos de una campaña de Marketing Directo *on line/off line*.

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 23/11/2026 03:36 | Hash: 7f43b0724ba3a76413d38b715abb8a7e.

III.-Resultados de Aprendizaje

CG01. Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.
CG02. Capacidad de organización y planificación: Aplicada a una empresa u organización, identificando sus fortalezas y debilidades.
CG03. Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.
CG06. Habilidad para analizar, buscar y discriminar información proveniente de fuentes diversas.
CG07.Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar, en un contexto internacional y globalización, en entornos diversos y multiculturales.
CG08. Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.
CG09. Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.
CE09. Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.
CE14. Comprender el papel y la importancia de la comunicación integrada de marketing.
CE15. Ser capaz de diseñar e implantar un plan de comunicación integrada de marketing.
CE16. Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas apropiadas para la resolución de problemas de comunicación comercial.
CE20. Ser capaz de presentar y defender un proyecto completo que integre las actividades de marketing o Plan de Marketing.

- 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.

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 23/11/2026 03:36 | Hash: 7f43b0724ba3a76413d38b715abb8a7e.

IV.-Contenido

IV.A.-Temario de la asignatura

TEMA 1: Comunicación estratégica integrada

1.1. Importancia y complejidad de la comunicación de marketing en los mercados actuales y en entornos híbridos (offline–online)

1.2. La comunicación integrada de marketing (CIM)

- **1.2.1.** Concepto de CIM
- **1.2.2.** Características de la CIM: integración multicanal y coherencia de la experiencia de marca

1.3. Ecosistema de medios: medios pagados, propios, ganados

1.4. Objetivos estratégicos de la comunicación integrada de marketing: orientación al valor del cliente y construcción de marca

1.5. Instrumentos de comunicación en la CIM

1.6. Comunicación Integrada de Marketing: Planificación Estratégica apoyada en Data e Inteligencia Artificial.

TEMA 2: Comunicación publicitaria

2.1. Introducción

2.2. Naturaleza y características de la publicidad

2.3. Los agentes del sistema publicitario

2.4. Proceso de planificación publicitaria: integración estratégica entorno *off line-on line*

2.5. Medios convencionales y entorno digital en la comunicación publicitaria

2.6. Características de los medios en su uso publicitario: fragmentación de audiencias y consumo multiplataforma

2.7. Implicaciones del entorno digital en la planificación estratégica publicitaria

TEMA 3: La planificación de medios publicitarios

3.1. Concepto e importancia de la planificación de medios

3.2. Planificación integrada de medios (offline–online)

3.3. Estudios de medios y medición de audiencias en entornos híbridos

3.4. Variables de planificación de medios:

3.5. Tendencias actuales en la planificación de medios: convergencia mediática, ecosistemas y estrategias cross-media; integración estratégica de la televisión conectada (CTV) con la televisión lineal. Nuevas fuentes y optimización del plan con IA

TEMA 4: Promoción de ventas

4.1. La promoción de ventas como instrumento de comunicación integrada

4.2. Concepto y características de la promoción de ventas

4.3. Desarrollo actual de la promoción de ventas: integración con entornos digitales y experiencia de cliente

4.4. Cualidades y limitaciones de la promoción de ventas en contexto CIM

4.5. Objetivos estratégicos de la promoción de ventas

4.6. Tipos de promoción de ventas: enfoque tradicional y omnicanal

4.7. Etapas de planificación de la promoción de ventas dirigida al consumidor

TEMA 5: Marketing directo

5.1. Concepto y características del marketing directo como instrumento de comunicación en contextos relacionales

5.2. Aporte del marketing directo en la estrategia de comunicación integrada

5.3. Impacto de los entornos digitales en el desarrollo del marketing directo

5.4. Criterios asociados a la eficacia de una campaña de marketing directo

5.5. Canales de marketing directo

- **5.5.1.** Canales tradicionales: telemarketing y mailing
- **5.5.2.** Canales digitales de relación directa: e-mail marketing, redes sociales y aplicaciones móviles

5.6. Objetivos de una campaña de marketing directo

5.7. La base de datos como elemento central de eficacia: gestión de datos de clientes y privacidad

5.8. Planificación y gestión de una campaña de marketing directo

IV.B.-Actividades formativas

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 23/11/2026 03:36 | Hash: 7f43b0724ba3a76413d38b715abb8a7e.

Tipo	Descripción
Lecturas	AFE1 Preparación contenidos teóricos
Otras	AFE4 Debate y crítica constructiva
Otras	AFE5 Asistencia a tutorías académicas
Prácticas / Resolución de ejercicios	AFE3 Actividades de carácter práctico (trabajos individuales, en grupo, participación en debates, crítica constructiva y seminarios) que el profesor considere oportunos para la asimilación de los contenidos y consecución de los objetivos docentes

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 23/11/2026 03:36 | Hash: 7f43b0724ba3a76413d38b715abb8a7e.

V.-Tiempo de trabajo del alumnado (30h grado y 25h máster)	
Clases teóricas	20
Clases de resolución de ejercicios, problemas, casos, etc.	16
Prácticas en laboratorios experimentales, tecnológicos, clínicos, campo, etc.	6
Realización de pruebas	3
Tutorías académicas	10
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	26
Preparación de clases teóricas	20
Preparación de prácticas/ejercicios/casos	20
Preparación de pruebas	14
Total de horas de trabajo del alumnado	135

VI.-Metodología y plan de trabajo		
Tipo	**Periodo**	**Contenido**
Prácticas	Semana 1 a Semana 15	[Clases prácticas .Discusión y resolución en clase de ejercicios, casos prácticos y practicas no reevaluables.
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 17	Clase magistral.
Tutorías académicas	Semana 1 a Semana 17	Tutorías académicas

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 23/11/2026 03:36 | Hash: 7f43b0724ba3a76413d38b715abb8a7e.

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

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 23/11/2026 03:36 | Hash: 7f43b0724ba3a76413d38b715abb8a7e.

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

A continuación, se detallan los criterios generales del proceso de evaluación de la materia, de obligado cumplimiento para el profesor y el alumno. Es necesario que el alumno conozca y comprenda las implicaciones y el proceso del sistema de evaluación en su desarrollo en la asignatura. Las normas que se presentan a continuación son de obligatorio cumplimiento en todos los grupos de los diferentes campus en los que se imparte esta materia, pero cada profesor, ajustándose estrictamente a esta normativa, puede adaptar los criterios generales para optimizar el aprendizaje del grupo de acuerdo a sus especificidades (tamaño, nivel de conocimientos previo, asistencia…).Las adaptaciones específicas de esta asignatura que, a nivel de grupo, se deban realizar para atender las particularidades de los recursos del profesor o de las características de los estudiantes de dicho grupo, se detallarán e informarán a través de Aula Virtual y en la sesión de presentación de la materia. **La alegación del alumno/a de su desconocimiento no exime de la obligatoriedad de su cumplimiento.**

El/la profesor/a orienta la docencia con el objetivo de aportar valor a la asistencia regular del alumnado a las sesiones de la asignatura. En este sentido, la asistencia activa —escuchar atentamente, analizar de forma crítica las explicaciones, tomar notas, participar y plantear dudas cuando algún concepto no haya quedado claro— resulta fundamental para el aprendizaje y para superar con éxito la materia. Por ello, se debe asumir que **todo el contenido transmitido de forma presencial en clase podrá ser objeto de evaluació**n. Este aspecto adquiere especial relevancia en la adecuada resolución de los casos prácticos planteados dentro del sistema de evaluación.

.Descripción de las pruebas de evaluación y su ponderación

CONVOCATORIA ORDINARIA

Las características, criterios y pruebas de evaluación en la CONVOCATORIA ORDINARIA y su ponderación en la nota final se describen a continuación:

1. Prueba teórica: Examen presencial (fecha oficial convocatoria ordinaria). 60% de la nota final (reevaluable). Consiste en un examen de Desarrollo o Tipo test (el profesor comunicará al grupo en la primera sesión cuál de las dos opciones se aplicará). La nota obtenida pondera un 60 % en el peso de la calificación final. Su nota mínima es 5/10 para incorporarse al cálculo de ponderación de la nota final. Una nota de 5 en este examen se considera aprobado y no se reevaluará en la convocatoria extraordinaria y una nota inferior a 5 haría necesaria su reevaluación en la convocatoria extraordinaria aunque la media final ponderada en la evaluación ordinaria sea superior a 5.

2. *Pruebas teóricas y prácticas:* 40% de la nota final: se realizan durante el periodo lectivo y consisten en dos pruebas con un valor individual en la ponderación del 20 %:

*A-Prueba **No Reevaluable**.* Pondera el 20% de la nota final. **Sin nota mínima**. Son formas de evaluación que valoran la activación del conocimiento y el aprendizaje activo del alumno, de manera que es preciso su desarrollo simultáneo y secuencial con el desarrollo del programa durante el periodo lectivo. Esto condiciona su carácter de no reevaluable y por ello no se podrá recuperar en la convocatoria extraordinaria.

Cada profesor determinará, de acuerdo con criterios de optimización del aprendizaje del grupo el tipo de prueba o pruebas (ejercicios/ actividades realizadas dentro o fuera del aula, de forma individual y/o en grupo **durante el transcurso de la asignatura**) que permitirá obtener al alumn@ el 20% de su nota final. Las instrucciones detalladas aparecerán expresamente en el aula virtual y serán relatadas por el/la profesor/a en la clase introductoria de la materia. En el caso de que el alumn@ no haya asistido el día/s que se realice la prueba/s o no haya entregado en plazo la actividad requerida , tendrá un 0 (cero) en la ponderación correspondiente (20%) incorporada a la nota final.

*B-Prueba práctica (**Reevaluable**).* Pondera el 20% de la nota final. El profesor concretara el detalle de la prueba o pruebas en el aula virtual (individual o en grupo; realización en clase o entrega en fecha fijada). Por su carácter de prueba Reevaluable, de no superarse con una nota igual o superior a 5, el alumno deberá repetirla en la convocatoria extraordinaria. Si la calificación obtenida es superior o igual a 5, se incorporará al cálculo ponderado de la nota final

La NOTA FINAL de la asignatura en la CONVOCATORIA ORDINARIA se calculará a partir de los porcentajes ponderados de las 3 pruebas que integran la evaluación continua,

Es importante conocer y asumir que en el caso de haber obtenido una nota inferior a 5 en el examen final y/o una nota inferior a 5 en la prueba/s reevaluables, se deberá acudir a la convocatoria extraordinaria (no se aplica la ponderación en la calificación final). En este caso en el acta oficial figurará la calificación obtenida en la parte/s suspensa.

Los alumnos que no superen la asignatura en la convocatoria ordinaria (o no se hayan presentado), deberán revaluarse, sin excepción, según los criterios de la convocatoria extraordinaria.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

En la convocatoria extraordinaria el alumn@ debe realizar la/s prueba/s reevaluables que no ha superado en la convocatoria ordinaria:

A. Examen. **Se realiza obligatoriamente en la fecha oficial que publica la universidad**. Pondera 60% de la nota final.

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 23/11/2026 03:36 | Hash: 7f43b0724ba3a76413d38b715abb8a7e.

B. Prueba Práctica. Pondera el 20% de la nota final.
A+B: Ambas pruebas en el caso de que ambas estuvieran suspendidas en la convocatoria ordinaria.
Para superar la asignatura en la convocatoria extraordinaria la nota de cada prueba reevaluada (A ó B o ambas) debe ser igual o superior a 5. En ese caso la nota final que aparecerá en el acta será el resultado ponderado de la/s notas obtenida/s en la convocatoria extraordinaria, computando las notas de la/s prueba/s que hayan sido aprobadas en la convocatoria ordinaria.

Alumnos Erasmus

Se avisa expresamente a los alumnos de Erasmus o procedentes de otras universidades, que cursen esta materia, que **en ninguna circunstancia se realizaran exámenes o pruebas (convocatorias ordinaria y extraordinaria) fuera de la fecha oficial prevista y publicada por la universidad**. Por ello es obligación del alumn@ conocer (dado que esta información se publica oficialmente con antelación) si le son factibles, antes de matricularse, las fechas de impartición de la asignatura incluyendo el periodo de exámenes previsto. El alumno asume voluntariamente la necesidad de estar disponible físicamente en la URJC desde el comienzo oficial de la materia hasta el día oficialmente publicado, en el que se realiza el examen final de la convocatoria extraordinaria. **Es responsabilidad del alumn@** y/o eventualmente de su universidad de origen, las consecuencias (nota final; no presentado) de no acudir a las fechas oficiales vigentes del sistema de evaluación. Es obligación del profesor/a atender estrictamente el cumplimiento de las fechas oficiales de evaluación para todos los alumnos matriculados en la asignatura

CONVOCATORIA ADELANTADA

Para 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 será el mismo que el establecido con carácter general para los alumnos que se examinan en convocatoria ordinaria a excepción de la entrega de las pruebas prácticas. El profesor comunicará con antelación al alumn@ el tipo de prueba que se aplicará en la fecha oficial que la Universidad publique para la convocatoria adelantada.

Conductas sancionables

Aquel alumno que copie o plagie todo o parte de los ejercicios exigidos para la evaluación de la asignatura (prueba final,examen, trabajos, prácticas, o cualquier otro ejercicio del que se derive una calificación) quedará suspendido en la convocatoria afectada (ordinaria o extraordinaria) y podrá ser sometido al procedimiento disciplinario que, según la normativa de exámenes vigente, se pueda emprender por parte de la propia Universidad Rey Juan Carlos. Se considera falta grave sancionable de acuerdo a la normativa 30 de marzo de 2023, del Consejo de Gobierno de la Universidad sustraer o replicar, por cualquier método el contenido total o parcial de pruebas y exámenes y/o beneficiarse de dichos contenidos aunque no se sea el autor directo de la sustracción. También se pondrá en conocimiento de las autoridades universitarias, con el objeto de, eventualmente, aplicar sanciones a los responsables de publicar documentos oficiales sometidos a la confidencialidad (exámenes) en plataformas virtuales de libre acceso ajenas a la URJC.

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

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 23/11/2026 03:36 | Hash: 7f43b0724ba3a76413d38b715abb8a7e.

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.

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 23/11/2026 03:36 | Hash: 7f43b0724ba3a76413d38b715abb8a7e.

VIII.-Recursos y materiales didácticos
Bibliografía básica
MARTIN,J.,OLARTE,C.,REINARES,E.,REINARES, P. y SAMINO, R. (2019) **Gestión de la Comunicación: un enfoque integral** , Editorial Esic, Madrid
Bibliografía complementaria
SANCHEZ HERRERA, J. y PINTADO BLANCO,T.. (2017) Nuevas tendencias en comunicación estrategica. Editorial Esic, Madrid.
PR SMITH y ZE ZOOK (2024) Marketing Communications: Integrating Online and Offline, Customer Engagement and Digital Technologies . Editorial Kogan Page
MANISH SHARMA (2023). Integrated Marketing Communication. Editorial MEEM PUBLISHERS
GONZALEZ LOBO, M. A y CARRERO ,E. (6ª ED. 2018) Manual de planificación de Medios. Editorial Esic, Madrid.

IX.-Profesorado	
Nombre y apellidos	ANA PLAZA CASADO
Correo electrónico	ana.plaza@urjc.es
Departamento	Economía de la Empresa
Campus de impartición	Fuenlabrada
Categoría	Profesor/a Ayudante Doctor/a
Titulación académica	Doctor
Responsable de asignatura	No
Horario de tutorías	Para consultar las tutorias póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	1
Nº de Sexenios	0
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docentia	1
Nombre y apellidos	ELOISA DÍAZ GARRIDO
Correo electrónico	eloisa.diaz@urjc.es
Departamento	Economía de la Empresa
Campus de impartición	Aranjuez
Categoría	Catedrático/a de Universidad
Titulación académica	Doctor

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 23/11/2026 03:36 | Hash: 7f43b0724ba3a76413d38b715abb8a7e.

Responsable de asignatura	No
Horario de tutorías	Para consultar las tutorias póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	5
Nº de Sexenios	3
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docentia	6
Nombre y apellidos	LOURDES FERNÁNDEZ HIPÓLITO
Correo electrónico	lourdes.fernandezh@urjc.es
Campus de impartición	Aranjuez, Madrid - Vicálvaro
Categoría	Investigador
Responsable de asignatura	No
Horario de tutorías	Para consultar las tutorias 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 Docentia	0
Nombre y apellidos	LOURDES RIVERO GUTIÉRREZ
Correo electrónico	lourdes.rivero@urjc.es
Departamento	Economía de la Empresa
Campus de impartición	Madrid - Vicálvaro
Categoría	Profesor/a Permanente Laboral
Titulación académica	Doctor
Responsable de asignatura	No
Horario de tutorías	Para consultar las tutorias póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	4
Nº de Sexenios	1

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 23/11/2026 03:36 | Hash: 7f43b0724ba3a76413d38b715abb8a7e.

Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docentia	6
Nombre y apellidos	MARÍA DEL CARMEN BERMEJO SILLER
Correo electrónico	carmen.bermejo@urjc.es
Departamento	Economía de la Empresa
Campus de impartición	Móstoles
Categoría	Profesor/a Ayudante Doctor/a
Titulación académica	Doctor
Responsable de asignatura	No
Horario de tutorías	Para consultar las tutorias póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	2
Nº de Sexenios	0
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docentia	1
Nombre y apellidos	PEDRO JOSÉ REINARES LARA
Correo electrónico	pedro.reinares@urjc.es
Departamento	Economía de la Empresa
Campus de impartición	Fuenlabrada, Madrid - Vicálvaro, Móstoles
Categoría	Titular de Universidad
Titulación académica	Doctor
Responsable de asignatura	Si
Horario de tutorías	Para consultar las tutorias póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	4
Nº de Sexenios	2
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docentia	5

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 23/11/2026 03:36 | Hash: 7f43b0724ba3a76413d38b715abb8a7e.

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 23/11/2026 03:36 | Hash: 7f43b0724ba3a76413d38b715abb8a7e.