

GUÍA DOCENTE

DIRECCION DE MARKETING

GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (SEMIPRESENCIAL)

CURSO 2026-27

Fecha de publicación: 24-06-2026



I.-Identificación de la Asignatura	
Tipo	OBLIGATORIA
Período de impartición	2 curso, 2Q semestre
Nº de créditos	4.5
Idioma en el que se imparte	Castellano

II.-Presentación
La asignatura de <i>Dirección de Marketing</i> es una asignatura obligatoria de Segundo Curso, de cuatro y medio Créditos ECTS. Esta asignatura busca profundizar y especializarse en los contenidos y competencias adquiridas en la asignatura de Introducción al Marketing, y tiene como principal objetivo adiestrar a los alumnos del Grado en Administración y Dirección de Empresas en los conceptos, funciones, herramientas y estrategias más relevantes y actuales de la moderna Dirección de Marketing, con una clara orientación al objetivo de resultado que tiene toda Organización. Al mismo tiempo se capacita al alumno en el análisis de las diferentes estrategias y en la toma de decisiones sobre el Mercado. Por otro lado se profundiza en la elaboración del plan de marketing como elemento fundamental para los profesionales del Marketing. La asignatura se imparte con una eminente orientación práctica y se enmarca en un entorno global y en continua evolución, lo que exige una constante revisión, actualización y cuestionamiento de los conceptos, paradigmas, estrategias, herramientas, etc. tradicionales del Marketing, competencia que así se traslada a los alumnos.
II.B-Presentación en inglés
Marketing Management is a compulsory subject in the second year, with 4.5 ECTS credits. This subject seeks to deepen and specialise in the contents and competences acquired in the subject Introduction to Marketing, and its main objective is to train students of the Degree in Business Administration and Management in the most relevant and current concepts, functions, tools and strategies of modern Marketing Management, with a clear focus on the objective of results that every organisation has. At the same time, students are trained to analyse the different strategies and to make decisions about the market. On the other hand, the course also delves into the elaboration of the marketing plan as a fundamental element for marketing professionals. The subject is taught with an eminently practical orientation and is framed in a global environment in continuous evolution, which requires a constant revision, updating and questioning of the traditional concepts, paradigms, strategies, tools, etc. of Marketing, a competence that is transferred to the students.

III.-Resultados de Aprendizaje



CI01. 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.

CI02. Capacidad de organización y planificación: organizar, planificar y administrar una empresa u organización de tamaño pequeño y mediano, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades.

CI03. Comunicación en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios. Ser capaz de elaborar informes de asesoramiento y proyectos de Gestión empresarial (global o por áreas funcionales).

CP01. Capacidad para trabajar en equipo

CS01. Aprendizaje autónomo.

CS03. Creatividad.

CPR01. Aplicar los conocimientos en la práctica.

CE02. Marketing

CP15. Capacidad para diseñar e implantar las estrategias de marketing

CP16. Capacidad para evaluar el mercado y el entorno integrado dentro del sistema de información del 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.

IV.-Contenido	
IV.A.-Temario de la asignatura	
Bloque temático	Temas
I. INTRODUCCIÓN A LA DIRECCIÓN DE MARKETING	Tema 1. La Dirección de Marketing Actual
II. PLANIFICACIÓN Y ESTRATEGIAS DE MARKETING	Tema 2. Plan de Marketing
	Tema 3. Decisiones de marketing estratégico y operativo
	Tema 4. Estrategias del Marketing
III. TENDENCIAS ACTUALES DE MARKETING	Tema 5. Nuevas tendencias en marketing

IV.B.-Actividades formativas	
Tipo	Descripción
Trabajos colectivos	S1, S2 y S9. Actividades de carácter práctico (trabajo individual/grupal, participación en debates/seminarios y crítica constructiva)
Lecturas	S1, S3 y S6. Trabajo autónomo del estudiante: preparación de contenidos teóricos; escucha de los podcasts educativos; lectura comprensiva del material docente recomendado, bibliografía básica y complementaria, artículos de actualidad, etc.
Otras actividades	S5. Asistencia a tutorías académicas
Realización de pruebas	S8 y S9. Realización de las pruebas de evaluación especificadas en la guía docente y guía de estudio (en la plataforma virtual y presencialmente)
Asistencia a clases teóricas	S4 y S6. Asistencia a clases sincrónicas, teórico-prácticas.



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

Clases teóricas (videoconferencias online)	25
Resolución prácticas de resolución de ejercicios, casos, etc online.	15
Prácticas en laboratorios experimentales, tecnológicos, clínicos, campo, etc.	0
Realización de pruebas	5
Tutorías académicas online	30
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	6
Lectura y comprensión de materiales	26
Preparación de prácticas/ejercicios/casos	12
Preparación de pruebas	16
Total de horas de trabajo del alumnado	135

VI.-Metodología y plan de trabajo

Tipo	Periodo	Contenido
Tutorías académicas	Semana 1 a Semana 15	Participación y debate en Tutorías asíncronas a través de los foros de Aula Virtual y/o videotutorías síncronas a través de la herramienta Teams disponible en Aula Virtual. Dentro de la pestaña Profesorado de Aula Virtual, la profesora indicará el método de contacto y el horario de atención tutorial semanal prefijado.
Otras actividades	Semana 1 a Semana 15	Lectura y comprensión de los contenidos de la asignatura facilitados a través de Aula Virtual. Escucha autónoma de los podcast educativos proporcionados por la profesora con las explicaciones del temario.
Trabajos colectivos	Semana 3 a Semana 15	Durante el desarrollo de la asignatura se planteará la realización de prácticas individuales y/o en grupo, según indicaciones de la profesora.
Metodologías activas o de innovación docente	Semana 2 a Semana 15	Se utilizará la metodología de aula invertida a través de los podcasts educativos proporcionados en aula virtual por la profesora.



Clases Teóricas	Semana 3 a Semana 15	Durante el desarrollo de la asignatura se realizarán, a través del sistema de videoconferencia por Teams, accesible desde Aula Virtual, videoclases síncronas en las que los estudiantes deben tener una participación activa para su desarrollo. Se explicarán los aspectos fundamentales de las unidades de contenido, se resolverán ejercicios, se realizarán debates o se resolverán dudas.
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 2	Videoclase de inicio de la asignatura (a través del sistema de videoconferencia por Teams, accesible desde Aula Virtual): En las dos primeras semanas del curso, se programará una videoclase con el fin de presentar la guía docente y de estudio ante los estudiantes y atender las dudas y consultas que pudieran tener una vez revisadas las Guías, los contenidos y el calendario de actividades evaluables programadas.

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

El sistema de evaluación de las titulaciones en el marco del EEES es la evaluación continua. **SEGUIMIENTO DE LA ASIGNATURA en modalidad online:** todos los estudiantes deben seguir la asignatura desde el comienzo del semestre, lo que implica que todos los estudiantes se responsabilizan de saber lo que se explica en los contenidos de la asignatura y en los podcasts educativos proporcionados por la docente, y de saber lo que se dice en las videoclases síncronas grabadas, ya que todo ello es susceptible de entrar en las pruebas de evaluación. La asistencia activa (atender, tomar apuntes, participar en las videoclases síncronas, etc.) es pieza clave para tener éxito en esta asignatura.

La **EVALUACIÓN** en **CONVOCATORIA ORDINARIA Y EXTRAORDINARIA** será la siguiente:

Sistema de evaluación	Actividad de evaluación	Ponderación	Reevaluable en extraordinaria	Nota mínima	Contenidos	Fecha
S4	Evaluación continua a través de prueba/s práctica/s individual/es y/o grupal/es con presentación oral a través de vídeo, a realizar a lo largo del cuatrimestre, y entregada/s a través de aula virtual	40%	NO reevaluable, acumulativa (se guarda la nota para la convocatoria extraordinaria)	NO (Acumulativa)	Especificado en instrucciones en aula virtual	Durante el periodo lectivo, fecha indicada por el docente
S3	Prueba de evaluación o examen individual teórico-práctico presencial	60%	Sí reevaluable. De forma individual siguiendo el mismo formato que en ordinaria	5 sobre 10	Contenidos proporcionados en aula virtual y aquellos adicionales especificados por los docentes durante el cuatrimestre	Fechas oficiales fijadas por la universidad dentro del periodo de exámenes ordinario y extraordinario

S4. Evaluación continua a través de prueba/s no reevaluables y exposición oral en vídeo a través de aula virtual (40%): dentro de la evaluación continua se establece una prueba práctica no reevaluable que forma parte de la activación del conocimiento y aprendizaje activo del alumno, de manera que es preciso su desarrollo simultáneo y secuencial con el desarrollo del programa durante el periodo lectivo. Tienen como objetivo evaluar el progreso del estudiante de forma regular. Esta evaluación fomenta la participación activa y el aprendizaje continuo, lo cual no se puede aplicar de manera efectiva en una reevaluación extraordinaria.

- La entrega de la actividad práctica no reevaluable se deberá realizar, obligatoriamente: (a) En el formato establecido por la profesora; (b) A través de la herramienta de Aula Virtual diseñada al efecto y que será especificada 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.
- La actividad práctica consistirá en un trabajo grupal. La profesora indicará el formato de la entrega de la actividad práctica al comienzo del curso, y en ningún caso podrá sustituirse el trabajo grupal por uno individual.

S3. Prueba de evaluación a través de examen presencial teórico-práctico reevaluable (60%): calificación mínima 5 sobre 10. El examen presencial escrito reflejará los conocimientos mínimos exigidos que permitan evaluar la asimilación y comprensión de los fundamentos teóricos y prácticos de la asignatura.



- La profesora seleccionará el tipo de preguntas a incluir en el examen teórico-práctico, en base a su criterio y a las características del grupo.
- La evaluación teórico-práctica se realizará en Convocatoria Oficial Ordinaria, y en su caso, en Convocatoria Oficial Extraordinaria, en modalidad presencial.

—

CÁLCULO DE LA NOTA FINAL O GLOBAL

La nota final de la asignatura, **en ambas convocatorias**, se calculará a partir de los porcentajes que aparecen en la evaluación (indicado más arriba) siendo necesario obtener **mínimo un 5 sobre 10 como nota global final**.

- En el caso de que la media ponderada de las calificaciones de un estudiante supere el 5, pero SUSPENDA la asignatura por no obtener al menos un 5 sobre 10 en el examen teórico-práctico, en el acta figurará la calificación del examen, que no ha superado el 5.
- En caso de aprobar el examen, pero no obtener una media ponderada superior a 5, la asignatura estará SUSPENSA. Se podrá reevaluar de las pruebas reevaluables en la convocatoria extraordinaria, pero en ningún caso se podrán presentar pruebas no reevaluables en la convocatoria extraordinaria. Tampoco se aceptarán trabajos para subir nota.
- Siguiendo la normativa de la universidad, la calificación de "no presentado" sólo es posible cuando el estudiante no se haya presentado a ninguna de las pruebas de evaluación de la asignatura.

—

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

- En la convocatoria extraordinaria los estudiantes solamente se podrán evaluar de las actividades de evaluación reevaluables.
- Para superar la asignatura en convocatoria extraordinaria será necesario obtener un 5 sobre 10 de nota mínima final o global.
- Siguiendo la normativa de la universidad, la calificación de "no presentado" sólo es posible cuando el estudiante no se haya presentado a ninguna de las pruebas de evaluación.
- En ningún caso se podrá solicitar una reevaluación con el objetivo de subir calificaciones de pruebas que en la Convocatoria Ordinaria hayan sido iguales o superiores a 5.

—

CONVOCATORIA ADELANTADA:

Debido a las características de la asignatura y a las características de la convocatoria adelantada, se incluyen ajustes o adaptaciones en la evaluación de la convocatoria adelantada que, no obstante, garantizan la evaluación de los resultados de aprendizaje previstos en la asignatura. Los alumnos que deseen presentarse en la convocatoria de evaluación adelantada tendrán que cumplir los requisitos establecidos en el Reglamento de Evaluación de los Resultados de Aprendizaje de la URJC. Para el caso concreto de esta asignatura, se les aplicará como método de evaluación un único examen que engloba todo el temario de la asignatura: Prueba de evaluación a través de examen presencial teórico-práctico (100%), calificación mínima 5 sobre 10.

—

CONSIDERACIONES GENERALES EN LA EVALUACIÓN DE LA ASIGNATURA:

Sin menoscabo de los derechos y deberes de los estudiantes recogidos en el Estatuto del estudiante, en los Estatutos de la URJC y en su Normativa interna, el alumno debe atender a las siguientes aclaraciones:

- ORTOGRAFÍA Y EXPRESIÓN: La calificación de pruebas escritas incluye aspectos como la ortografía y expresión universitaria. La profesora determinará los criterios de corrección.
- TRABAJOS UNIVERSITARIOS: Deben ser originales. Cuando se emplean fragmentos ajenos, estarán citados. Su uso no puede ser indiscriminado. La profesora podrá orientar al respecto y determinará los criterios de corrección.
- REQUISITOS DE REEVALUACIÓN: El alumno aprobado no puede reevaluar (subir nota). Una prueba no reevaluable sólo se evalúa durante el curso (nunca en reevaluación).

Es obligatorio que todos los estudiantes comprendan perfectamente el sistema de evaluación y la mecánica de la asignatura. Ver las normas académicas de la URJC, y las propias normas de la asignatura que la profesora establezca en el AULA VIRTUAL.

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: No

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

1.- Dirección de Marketing (2016) - KOTLER, P.; LANE, K. - Editorial Pearson Prentice Hall. 2.- Estrategias y Planificación en Marketing (2010) - SANCHEZ, J. - Editorial Pirámide.3.- Dirección de Marketing (2009) - LAMBIN, J.; GALLUCI, C.; SICURELLO, C. - Editorial McGraw-Hill. 4.- Marketing (2018) KERIN, R.; HARTLEY, S. - Editorial McGraw-Hill
2.- "Gestión de la comunicación.Un enfoque integral" (2019). MARTÍN-SANTANA, J.D; OLARTE PASCUAL, C.; REINARES LARA, E.; REINARES LARA, P. J.; SAMININO GARCÍA, R. Editorial ESIC.

Bibliografía complementaria

1.- Nuevas tendencias en comunicación (2010) - SANCHEZ, J.; PINTADO, T. - Editorial ESIC.
2.- El Plan de Marketing en la práctica (2018) - SAINZ DE VICUÑA, J.M. - Editorial ESIC.
3.- El ROI de Marketing y Ventas (2018) TURLETTI, P. Editorial ESIC.,
4.- Customer Experience (2019) - ALCAIDE, J.C.; DIEZ, M. - Editorial ESIC.
5.- Revolution Mobile (2016) - BROGNARA, R. - Editorial ESIC.
6.- Publicidad Digital (2017) - MARTINEZ PASTOR, E.; OJEDA, N. - Editorial ESIC.
7.- Crear la marca Global (2015) - LLOPIS SANCHO, E. - Editorial ESIC.
Por otro lado, la profesora establecerá a través del Aula Virtual, aquellos enlaces a documentos y bibliografía de actualidad adicionales que considere oportunos.

IX.-Profesorado

Nombre y apellidos	ROCÍO SAMINO GARCÍA
Correo electrónico	rocio.samino@urjc.es
Departamento	Economía de la Empresa
Campus de impartición	Madrid - Vicálvaro
Categoría	Profesor/a Permanente Laboral
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	3
Nº de Sexenios	0
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	6

