

GUÍA DOCENTE

MARKETING INDUSTRIAL

GRADO EN INGENIERÍA EN ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL (3º y 4º curso)

CURSO 2026-27

Fecha de publicación: 05-07-2026



I.-Identificación de la Asignatura

Tipo	OBLIGATORIA
Período de impartición	3 curso, 1Q semestre
Nº de créditos	6
Idioma en el que se imparte	Castellano

II.-Presentación

Marketing Industrial. Grado en Ingeniería en Organización Industrial.

Esta asignatura estudia las relaciones comerciales entre empresas, con especial atención a la complejidad del producto industrial y el proceso de compraventa. Con ello el alumno será capaz de comprender mejor los procesos de negociación entre empresas. Se analizará: el marketing y su entorno industrial, conexión con clientes, la construcción de marcas fuertes, el desarrollo del marketing mix y orientación al cliente.

II.B-Presentación en inglés

Industrial Marketing. Bachelor's Degree in Industrial Organisation Engineering. This module examines commercial relationships between businesses, with particular emphasis on the complexity of the industrial product and the purchasing process. Through this, the student will be able to gain a deeper understanding of the negotiation processes that take place between businesses. The following areas will be analysed: marketing and its industrial environment; engagement with clients; building strong brands; the development of the marketing mix; and customer orientation.

III.-Resultados de Aprendizaje

CG01. Capacidad de síntesis y análisis.
 CG06. Capacidad de gestión de la información.
 CG09. Trabajo en equipo.
 CG17. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
 CE15. Conocer y aplicar los principios básicos de la dirección, organización y gestión de una empresa.
 CE16. Conocer la gestión de aprovisionamiento y cadena de suministros: logística y transporte.
 CE17. Capacidad para elaborar y diseñar estrategias empresariales, tanto corporativas como competitivas.
 CE22. Analizar e interpretar los datos que se disponen de empresa.
 CE44. Analizar la estrategia comercial, objetivos y políticas comerciales de la industria.



- 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	TEMA
Bloque I. Marketing de servicios	Tema 1. Conceptualización y funcionamiento de los servicios.
	Tema 2. Alineando la estrategia, diseño del servicio y estándares
	Tema 3. El cliente como elemento central de la estrategia de servicios
	Tema 4. Diseño de la estrategia de servicios: identificar las necesidades de los clientes
	Tema 5. Prestación y desempeño del servicio
Bloque II. Marketing del mercado industrial	Tema 6. Análisis del mercado industrial
	Tema 7. Estrategias de marketing industrial
	Tema 8. Marketing relacional industrial
	Tema 9. Comunicación en el mercado industrial

IV.B.-Actividades formativas

Tipo	Descripción
Resolución de ejercicios, problemas, casos	Resolución de problemas y/o casos prácticos.
Tutorías académicas	Resolución de dudas, orientación sobre las evaluaciones.
Asistencia a clases teóricas	Clases de teoría sobre los diferentes contenidos del temario.
Realización de Pruebas	Teóricas y/o prácticas.



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

Clases teóricas	33
Clases de resolución de ejercicios, problemas, casos, etc.	25
Prácticas en laboratorios experimentales, tecnológicos, clínicos, campo, etc.	0
Realización de pruebas	2
Tutorías académicas	18
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	0
Preparación de clases teóricas	50
Preparación de prácticas/ejercicios/casos	40
Preparación de pruebas	12
Total de horas de trabajo del alumnado	180

VI.-Metodología y plan de trabajo

Tipo	Periodo	Contenido
Prácticas	Semana 1 a Semana 15	Resolución de problemas y/o casos prácticos. Estas actividades comprenden diferentes metodologías docentes.
Pruebas	Semana 1 a Semana 15	Teóricas y/o prácticas sobre todo el temario de la asignatura
Tutorías académicas	Semana 1 a Semana 15	Durante todo el curso. Resolución de dudas, orientación sobre las evaluaciones. Las tutorías podrán ser realizadas en forma presencial y/o en remoto
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 15	Clases de teoría sobre los diferentes contenidos del temario. Las clases serán presenciales.



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



EVALUACIÓN ORDINARIA:

-PARTE TEÓRICA 60%:

Cada profesor, según su criterio, formulará una serie de evaluaciones teóricas que serán especificadas desde el inicio del curso académico. Integradas por: Examen/es individual/es teórico-práctico/s presenciales y/o otras pruebas teóricas. Esto supondrá un 60% de la nota final de la asignatura. Será reevaluable en la convocatoria Extraordinaria. El estudiante debe obtener una nota mínima de 5 para aprobar. Las evaluaciones son de carácter presencial, por lo que si un estudiante no se presenta a las defensas o a la evaluación en clase, no podrá ser calificado de dicha prueba.

-PARTE PRÁCTICA 40%:

Cada profesor, según su criterio, formulará una serie de pruebas prácticas que serán especificadas desde el inicio del curso académico. Integradas por: Trabajos individuales y/o grupales, prácticas desarrolladas en clase, estudios de casos. Esto supondrá un 40% de la nota final de la asignatura. No será reevaluable en convocatoria extraordinaria, por lo que no tiene nota mínima. Las evaluaciones son de carácter presencial, por lo que si un estudiante no se presenta a las defensas o a la evaluación en clase, no podrá ser calificado de dicha prueba.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

-El estudiante que se evalúe en la convocatoria extraordinaria deberá presentar los mismos exámenes y/o evaluaciones de la parte que es reevaluable, es decir, la parte teórica (60%). La parte práctica (40%) no será reevaluable en esta convocatoria extraordinaria. El estudiante deberá superar las notas mínimas establecidas en el sistema de evaluación, es decir, debe obtener una nota mínima de 5. Las evaluaciones son de carácter presencial, por lo que, si un estudiante no se presenta a las defensas o a la evaluación en clase, no podrá ser calificado de dicha prueba.

-En el caso de que un estudiante no supere alguna de las pruebas revaluables con la nota mínima en convocatoria ordinaria, podrá reevaluarse de ese porcentaje (60%) en la convocatoria extraordinaria. Se guardará la nota de los porcentajes aprobados por el estudiante en la convocatoria ordinaria (evaluación continua). Sin embargo, no podrá reevaluarse para subir nota de aquellas evaluaciones que ya ha superado.

-El estudiante que se presente a convocatoria extraordinaria deberá obligatoriamente ponerse en contacto con el profesor de la asignatura, antes de la presentación de evaluaciones.

-Las evaluaciones de esta parte reevaluable tendrán que presentarse, desarrollarse y entregarse en la forma y fecha que indique el profesor para la convocatoria extraordinaria, estas fechas se indicarán al inicio del curso académico.

DISPENSA ACADÉMICA:

Para los alumnos que les sea concedida la Dispensa Académica se mantendrá el mismo sistema de evaluación que el de la Convocatoria Ordinaria. Lo que implica que el estudiante que se evalúe bajo Dispensa Académica deberá presentar los mismos exámenes, evaluaciones teóricas y prácticas que aquel estudiante que las realizó a lo largo del curso (en convocatoria ordinaria), también superar las notas mínimas establecidas en el sistema de evaluación.

-El estudiante deberá obligatoriamente ponerse en contacto con el profesor de la asignatura, inmediatamente que le sea concedida la Dispensa Académica, antes de la presentación de evaluaciones teóricas y prácticas, para poder establecer con el profesor un plan de evaluación. Las evaluaciones son de carácter presencial, por lo que si un estudiante no se presenta a las defensas o a la evaluación en clase, no podrá ser calificado de dicha prueba.

-Las evaluaciones teóricas, resolución de problemas y/o casos prácticos tendrán que desarrollarse y entregarse en la forma y fecha acordados con el profesor.

ESTUDIANTES EN ESTANCIA (ERASMUS U OTRAS ESTANCIAS DE ESTUDIO):

Este estudiante deberá ponerse en contacto con el profesor al inicio del curso académico para informar sobre su situación de estancia. En este caso, se mantendrá el mismo sistema de evaluación que el de la Convocatoria Ordinaria. Lo que implica que el estudiante deberá presentar los mismos exámenes, evaluaciones teóricas y prácticas que aquel estudiante que las realizó a lo largo del curso (en convocatoria ordinaria), también superar las notas mínimas establecidas en el sistema de evaluación. Las evaluaciones son de carácter presencial, por lo que si un estudiante no se presenta a las defensas o a la evaluación en clase, no podrá ser calificado de dicha prueba.

-Las evaluaciones teóricas, resolución de problemas y/o casos prácticos tendrán que desarrollarse y entregarse en la forma y fecha acordados con el profesor.

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

Marketing Industrial y de Servicios. Alberto Prado Román y Laura Pascual Nebreda. ESIC Editorial. 2018.
Marketing Industrial. Mikel Mesonero y Juan Carlos Alcaide. ESIC Editorial. 2012.

SEM para Dummies. Reyes Menéndez, Ana Luisa. (2021). <https://www.amazon.es/SEM-para-Dummies-Sin-colecci%C3%B3n-ebook/dp/B08ZRJ5W9T>
 Google. (2026). Skillshop. <https://skillshop.docebos.com/learn>
 Think with Google (2026). <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-es/>
 HubSpot Inc. (2026). HubSpot | CRM y soluciones integradas para tu empresa. <https://www.hubspot.es/>
 Cámara de Comercio de España. 2026. En: <https://www.camara.es/>
 Nielsen España. 2026. En: <https://www.nielsen.com/es/es/>
 Statista. 2026. En: <https://es.statista.com/>
 El Economista.es. 2026. Ranking de empresas. En: <https://ranking-empresas.eleconomista.es/>
 Harvard Deusto. Hemeroteca 2026. En: <https://www.harvard-deusto.com/hemeroteca>
 Forbes Media. 2026 En: <https://www.forbes.com/>
 Harvard Business Publishing Education 2026. En: <https://hbsp.harvard.edu/home/>
 Industrial Marketing. Phadtare, Milind T. PHI Learning. Edición de Kindle. 2014
 Fundamentos de Marketing. De Santesmases Mestre, Miguel, Merino Sanz, María Jesús, et ál. Ediciones Pirámide. 2018
 Dirección de Marketing. Philip Kotler y Kevin Lane. PEARSON PRENTICE HALL. 2016.

Bibliografía complementaria

IX.-Profesorado

Nombre y apellidos	ANA MARÍA VARGAS PÉREZ
Correo electrónico	ana.vargas@urjc.es
Departamento	Economía de la Empresa
Campus de impartición	Móstoles
Categoría	Profesor/a Ayudante Doctor/a
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	2
Nombre y apellidos	MARÍA PILAR PASCUAL FRAILE



Correo electrónico	pilar.pascual@urjc.es
Departamento	Economía de la Empresa
Campus de impartición	Madrid - Vicálvaro
Categoría	Profesor/a Ayudante Doctor/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	1
Nº de Sexenios	0
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	1

