Universidad Rey Juan Carlos

GUÍA DOCENTE

MARKETING ESTRATEGICO

GRADO EN DISEÑO INTEGRAL Y GESTIÓN DE LA IMAGEN

CURSO 2024-25

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 27/11/2026 09:37 | Hash: 8c61ac5281b2ccc1d8a6e0e679e1937a.

Fecha de publicación: 09-09-2024

I.-Identificación de la Asignatura	
Tipo	OBLIGATORIA
Período de impartición	2 curso, 2Q semestre
Nº de créditos	6
Idioma en el que se imparte	Castellano

II.-Presentación

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 27/11/2026 09:37 | Hash: 8c61ac5281b2ccc1d8a6e0e679e1937a.

El Graduado en Diseño Integral y Gestión de Imagen se va a enfrentar a una realidad socio-económica diversa, compleja y difícil de analizar, describir e interpretar. Por ello, se hace imprescindible el desarrollo y adquisión, a lo largo de su formación académica, de una serie de competencias que le pemitirán desarrollar su posterior actividad profesional con garantías en calidad. Se justifica en este sentido el aprendizaje de la asignatura de Marketing Estratégico y, por tanto, la transmisión de una serie de conocimientos amplios de Marketing con una orientación estatégica que proporcione una perspectiva integral y realista de la discciplina y su integración en la función empresarial básica.

El principal objetivo de esta asignatura es profundizar y favorecer un conocimiento más amplio y especializado de los conceptos fundamentales, elementos, instrumentos y acciones básicas de Marketing, así como las decisiones comerciales que las empresas pueden adoptar en función de los conocimientos adquiridos con el análisis estratégico realizado. De esta forma se intenta conseguir tanto el fomento de la formación de los alumnos como la vinculación con el mundo empresarial real. Los estudiantes podrán resolver los problemas comerciales reales de las empresas y asuman con suficientes conocimientos la toma de decisiones en Marketing, que debe satisfacer los objetivos y necesidades de Clientes, Organización y Sociedad. De este modo, y gracias a las destrezas adquiridas, serán capaces de solucionar los problemas que se encontratán en su próximo entorno laboral.

Además, se transmitirá la filosofía y forma de entender los negocios que suponen el Marketing y la orientación al mercado en sus acciones y decisiones, independientemente del tipo de organización, lucrativa o no lucrativa, y del sector de actividad en el que opere la entidad. Se desea aportar la percepción comercial al conjunto de los sistemas organizados, sean o no empresas, a la vez que inculcar la importancia de adoptar un enfoque de orientación al mercado en la totalidad de áreas de la organización, sin exclusivizarlo a las actividades propias del Departamento de Marketing o Dirección Comercial.

Finalmente, la asignatura servirá de fuente de información y formación para los profesionales encargados de desarrollar su actividad en este campo de trabajo, permitiéndoles intervenir con más garantías de calidad y, sobre todo, ser capaces de anticiparse a los problemas y las necesidades del entorno.

ATENCIÓN: INDICACIONES SOBRE EL FUNCIONAMIENTO DE LA ASIGNATURA DIRIGIDAS A LOS ESTUDIANTES QUE CURSEN ESTA ASIGNATURA EN EL CAMPUS DE ARANJUEZ.

En este sentido, el profesor que imparte la docencia de estos alumnos deberá especificar el funcionamiento de la asignatura que se imparta al 25%, indicando si se van a establecer horas de tutorías, clases, seminarios específicos, prácticas, etc.

Estos estudiantes podrán asistir en remoto a las clases y/o prácticas (si las prácticas lo permiten) del grupo presencial que se imparta en otro campus. El profesor especificará en el Aula Virtual los requisitos para esa conexión.

- *En la asignatura en modalidad Ex el estudiante tiene derecho a examen y a la resolución de las dudas que le puedan surgir.*
- *En la asignatura en modalidad T el estudiante tiene derecho a examen y a un 25% de las horas en formato de tutorías o similar.*

III.-Resultados de Aprendizaje

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 27/11/2026 09:37 | Hash: 8c61ac5281b2ccc1d8a6e0e679e1937a.

CE04. Conocimiento adecuado y aplicado al diseño de los procesos psicológicos y sociológicos en los que se basa el público objetivo para la toma de decisiones.
CE08. Conocimientos adecuado de los procesos de desarrollo del producto de diseño en todas sus fases: desde su concepción, hasta su comercialización, implementación y gestión de la imagen.
CE11. Conocimientos adecuado de las técnicas para la organización del trabajo y la gestión empresarial.
CE12. Conocimiento del entorno profesional y empresarial relacionado con el ejercicio del diseño, la comunicación y gestión de la imagen.
CE14. Conocimiento de las técnicas de investigación de mercado.
CE21. Capacidad para identificar , valorar y gestionar activos intangibles de la empresa añadiendo valor a sus productos y servicios a través del diseño y desarrollo de estrategias que refuercen la reputación de la marca.
CE22. Capacidad para definir y gestionar presupuestos de proyecto para la correcta imputación de sus costes.
CT1. Capacidad de razonamiento crítico y razonamiento estratégico. Capacidad de resolver problemas y tomar decisiones (análisis y síntesis) en función de objetivos derivados del razonamiento crítico.
CT2. Capacidad de uso y adaptación de las diversas técnicas de comunicación oral y escrita. (Esta capacidad se refiere al uso del Castellano y de una lengua extranjera)
CT4. Capacidad de gestión de la información.
CT5. Capacidad de trabajo en equipo y de integración en equipos multidisciplinares.
CT8. Capacidad para el aprendizaje autónomo y la adaptación a nuevas situaciones.

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 27/11/2026 09:37 | Hash: 8c61ac5281b2ccc1d8a6e0e679e1937a.

IV.-Contenido

IV.A.-Temario de la asignatura

Tema 1. Dirección Estratégica y Marketing Estratégico
- 1.1. Estrategia, dirección estratégica y planificación estratégica
- 1.2. Dirección estratégica, marketing y orientación al mercado
- 1.3. Marketing estratégico vs. Marketing operativo
- 1.4. El plan de marketing estratégico: concepto y estructura general

Tema 2. Definición y delimitación del mercado de referencia
- 2.1. Concepto de producto
- 2.2. Concepto de mercado
- 2.3. Mercado de referencia, mercado relevante y producto-mercado
- 2.4. Cobertura y expansión del mercado de referencia
- 2.5. Evaluación dinámica del atractivo del mercado

Tema 3. Segmentación del mercado y posicionamiento estratégico
- 3.1. El concepto de segmentación
- 3.2. Criterios de segmentación
- 3.3. Evaluación de los segmentos y estrategias de cobertura de los segmentos
- 3.4. El posicionamiento estratégico

Tema 4. Análisis de la competencia y de los competidores
- 4.1. El concepto de competencia actual
- 4.2. Métodos de identificación de los competidores actuales
- 4.3. Análisis ampliado de la rivalidad competitiva del mercado

Tema 5. Información para la planificación comercial estratégica
- 5.1. La información del microentorno (externo e interno) para la planificación comercial estratégica
- 5.2. La información del macroentorno para la planificación comercial estratégica
- 5.3. Análisis de situación y objetivos de marketing

Tema 6. Estrategia y Nuevas Tecnologías
- 6.1. Impacto de las nuevas tecnologías en la estrategia empresarial
- 6.2. Integración de tecnologías emergentes en el marketing estratégico
- 6.3. Herramientas tecnológicas para la toma de decisiones estratégicas
- 6.4. Retos y oportunidades de la tecnología en la dirección estratégica

IV.B.-Actividades formativas

Tipo	Descripción
Prácticas / Resolución de ejercicios	Casos prácticos. Propuesta de temas de debates actuales sobre contenidos de la asignatura, en relación con el programa y temario de la asignatura.
Prácticas / Resolución de ejercicios	Preparación y exposición de temas de los contenidos.
Lecturas	La metodología descrita en esta guía, prevé que los estudiantes puedan realizar las consultas bibliográficas necesarias y sugeridas en la bibliografía básica.

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 27/11/2026 09:37 | Hash: 8c61ac5281b2ccc1d8a6e0e679e1937a.

V.-Tiempo de Trabajo del estudiante (30h grado y 25h máster)	
Clases teóricas	30
Clases de resolución de ejercicios, problemas, casos, etc.	20
Prácticas en laboratorios experimentales, tecnológicos, clínicos, campo, etc.	0
Realización de pruebas	10
Tutorías académicas	6
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	12
Preparación de clases teóricas	50
Preparación de prácticas/ejercicios/casos	30
Preparación de pruebas	22
Total de horas de trabajo del alumnado	180

VI.-Metodología y plan de trabajo

Tipo	Periodo	Contenido
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 15	Clases magistrales. Introducción al tema. Objetivos específicos. Esquemas del contenido. Lectura de comprensión y asimilación del tema, Resumen conceptos básicos.
Trabajos colectivos	Semana 1 a Semana 15	Casos prácticos, ejemplos, trabajos y aplicaciones actuales reales.
Trabajos colectivos	Semana 1 a Semana 15	Elaboración por grupos de exposiciones de temas.
Pruebas	Semana 1 a Semana 15	Examen.
Otras Actividades	Semana 1 a Semana 15	Cada profesor evaluará las actividades que mejor se adapten a las necesidades concretas de aprendizaje del grupo concreto, buscando la máxima eficacia en el proceso de aprendizaje para lo que dispondrán de la flexibilidad requerida en la formulación del método y actividades.

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 27/11/2026 09:37 | Hash: 8c61ac5281b2ccc1d8a6e0e679e1937a.

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).
Los estudiantes que no consigan 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.
La distribución y características de las actividades de evaluación son las que se describen a continuación.

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

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 27/11/2026 09:37 | Hash: 8c61ac5281b2ccc1d8a6e0e679e1937a.

Observaciones

Criterio	Ponderación	Fecha	Temas / Contenido
Pruebas prácticas durante el desarrollo de la asignatura: • **Realización y defensa de trabajos individuales y/o grupo** • **Resolución y análisis de casos práctcos.** • **Debates y comentarios de lecturas actuales** • **Pruebas escritas de refuerzo y asimilación de conceptos** • **Otras que establezca cada profesor en base a su criterio y las características de cada grupo**	**Total 20% (1)**	**A lo largo del cuatrimestre. No reevaluable**	**Totalidad del programa**
Pruebas prácticas: • **Resolución y análisis de un caso práctico** • **Otras que establezca cada profesor en base a su criterio y las características de cada grupo**	**Total 20%** **Mínimo un 5 sobre 10 (2)**	**A lo largo del cuatrimestre. La reevaluación de esta parte de la asignatura se realizará en base al criterio marcado por cada profesor.**	**Totalidad del programa**
Examen: Prueba de conocimientos	**Total 60%** **Mínimo un 5 sobre 10 (3)**	**Al final del cuatrimestre. La reevaluación, es su caso, tendrá lugar a lo largo del mes de junio.**	**Totalidad del programa**

(1) **Cada profesor seleccionará las pruebas prácticas a realizar, conforme a su criterio y a las características de cada grupo a lo largo del cuatrimestre. No reevaluable**
(2) **Cada profesor seleccionará la prueba práctica a realizar, conforme a su criterio y a las características de cada grupo, tanto a lo largo del cuatrimestre o al final del mismo**. Es preciso que al menos se obtenga un 5 sobre 10 por este concepto, para superar la asignatura.
(3) **Cada profesor seleccionará el tipo de preguntas a incluir en el examen presencial escrito, conforme a su criterio y a las características de cada grupo, tanto en el examen del final de cuatrimestre, como en la reevaluación de Junio**. La prueba presencial escrita tiene un carácter obligatorio y reflejará los conocimientos mínimos exigidos que permitirá evaluar la asimilación y comprensión de los fundamentos teóricos y prácticos de la asignatura. Es preciso que al menos se obtenga un 5 sobre 10 por ese concepto , para superar la asignatura.

Importante:
***En el caso de que se SUSPENDA la asignatura por no obtener al menos un 5 sobre 10 en la actividades indicadas (practicas reevaluables y en el examen), en el acta figurará la calificación de la parte evaluada (práticas o examen) que no ha superado el 5.**

Ponderación para la evaluación de estudiantes con Dispensa Académica:
Para que un estudiante pueda optar a esta evaluación, tendrá que obtener la "Dispensa Académica" para la asignatura, que

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 27/11/2026 09:37 | Hash: 8c61ac5281b2ccc1d8a6e0e679e1937a.

habrá solicitad al ecano o Director/a del Centro que imparte su titulación.
La "Dispensa Académica" no excluye de la evaluación continua. Dicha evaluación se acomodará por el profesor, asistido por el coordinador de grado, estableciéndose la adaptación curricular según las características de cada caso concreto.

ATENCIÓN: INDICACIONES SOBRE EL SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LA ASIGNATURA DIRIGIDAS A LOS ESTUDIANTES QUE CURSEN ESTA ASIGNATURA EN EL CAMPUS DE ARANJUEZ
En este apartado hay que explicar cómo se va a llevar a cabo la evaluación, tanto para las asignaturas que se imparten al 25%, como a las que denominamos Ex y T, o Ex. El sistema de evaluación debe ser lo más similar posible al de la asignatura del grupo que se imparte al 100% en otro campus.

–

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

La concesión de Dispensa Académica de Asistencia a Clase (DAAC no implica que el estudiante 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 estudiante 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 estudiante 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 de los estudiantes en el momento de la concesión de la dispensa.
Asignatura con posibilidad de dispensa: Si

VII.C.- Revisión de las pruebas de evaluación

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

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

A fin de garantizar la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico, los y las estudiantes con discapacidad o con necesidades educativas especiales podrán solicitar adaptaciones curriculares para el seguimiento de sus estudios. Esas adaptaciones serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad de la Universidad Rey Juan Carlos, de acuerdo con la normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad de la Universidad.
Dicha Unidad emitirá un informe de adaptaciones curriculares, por lo que los y las estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales deberán contactar con la Unidad (discapacidad.programa@urjc.es), a fin de analizar conjuntamente las distintas alternativas.

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 (https://www.urjc.es/codigoetico).

Para acompañar este proceso, la Universidad dispone de la Normativa de Convivencia de la Universidad Rey Juan Carlos ((https://www.urjc.es/images/Universidad/Presentacion/normativa/normativa%20convivencia%20universitaria.pdf) y de diferentes herramientas (antiplagio, supervisión) que ofrecen una garantía colectiva para el completo desarrollo de estos valores esenciales.

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 27/11/2026 09:37 | Hash: 8c61ac5281b2ccc1d8a6e0e679e1937a.

VIII.-Recursos y materiales didácticos
Bibliografía básica
Munuera Alemán, J.L.; Rodríguez Escudera, R. (2012) *Estrategias de Marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección*. ESIC Editorial, Madrid Esta referencia se ha editado varias veces. El profesor informará a los estudiantes de las novedades editoriales.
Blanco González, A., Paz-Gil, I., Delgado-Alemany, R., Miotto, G. (2022). *Marketing estratégico o estrategias de Marketing*. Delta Editorial, Madrid
González, E., López, M.J., Otero, M.C. (2014). *Manual Práctico de marketing*. Editorial Pearson, Madrid.
Esteban Talaya, A., García de Madariaga, J., Narros González, M.J., Olarte Pascual, C., Reinares Lara, E., Saco Vázquez, M. (2012). *Principios de Marketing*. ESIC Editorial, Madrid.
Ana Isabel Vázquez Casco, Elsa Martínez Caballero Marketing de la Moda. Editorial Pirámide
Bibliografía complementaria
Sánchez, J. (2010). *Estrategias y Planificación en Marketing*. Editorial Pirámide, Madrid.

IX.-Profesorado	
Nombre y apellidos	ALICIA CÁNDIDA BLANCO GONZÁLEZ
Correo electrónico	alicia.blanco@urjc.es
Departamento	Economía de la Empresa
Categoría	Catedrático/a de Universidad
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	3
Nº de Sexenios	2
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docentia	6
Nombre y apellidos	ARÁNZAZU BURGOS MONESCILLO
Correo electrónico	aranzazu.burgos@urjc.es
Departamento	Economía de la Empresa
Categoría	Profesor/a Asociado/a
Responsable de asignatura	No

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 27/11/2026 09:37 | Hash: 8c61ac5281b2ccc1d8a6e0e679e1937a.

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	MARÍA DEL CARMEN BERMEJO SILLER
Correo electrónico	carmen.bermejo@urjc.es
Departamento	Economía de la Empresa
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	PABLO SÁNCHEZ DE OCAÑA RUIZ DE LA PRADA
Correo electrónico	pablo.sanchezdeocana@urjc.es
Departamento	Economía de la Empresa
Categoría	Profesor/a Permanente Laboral
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	5
Nº de Sexenios	0
Nº de Sexenios de transferencia	0

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 27/11/2026 09:37 | Hash: 8c61ac5281b2ccc1d8a6e0e679e1937a.

Nº de evaluaciones positivas Docentia	4

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 27/11/2026 09:37 | Hash: 8c61ac5281b2ccc1d8a6e0e679e1937a.