

GUÍA DOCENTE

ESTRATEGIAS B2B EN NEGOCIOS DIGITALES

GRADO EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS EN EL ÁMBITO DIGITAL

CURSO 2026-27



 Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 24/10/2026 20:28 | Hash: 66c6af07445d80b42fc532c317aaa673.

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

La mayor parte de los alumnos de marketing están familiarizados con el marketing dirigido al consumidor final pues, de hecho, todos somos consumidores. Desde este punto de vista, el marketing industrial es nuevo para la mayoría.

El marketing industrial (B2B) va dirigido a comercializar productos o servicios con otras compañías, organismos o instituciones públicas u otras instituciones. Por lo tanto, presenta características únicas: un número reducido de compradores, una interdependencia entre el comprador y el vendedor y la existencia de una relación estable en el tiempo entre el consumidor y el proveedor. Estas características hacen del marketing industrial un campo de estudio autónomo.

En esta asignatura se examinarán cada uno de los elementos de la estrategia B2B, analizando cual debe ser el proceso adecuado para desarrollar una estrategia de marketing digital y los diferentes aspectos de su desarrollo.

Para el desarrollo de la asignatura no existen requisitos previos, si bien sería deseable que el estudiante posea ciertas habilidades y características para el mejor aprovechamiento de la misma, como pueden ser:

- La capacidad para trabajar en equipo
- La capacidad de comunicación oral y escrita
- La habilidad para desarrollar el trabajo de forma autónoma
- La capacidad de adaptación a los cambios y situaciones

III.-Resultados de Aprendizaje

CG1. Capacidad de análisis, síntesis y extrapolación enfocado a la toma de decisiones: Capacidad para analizar, sintetizar, valorar y extrapolar datos a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa enfocado a la toma de decisiones.

CG2. Capacidad de enfoque estratégico en los objetivos y decisiones empresariales.

CG4. Comunicación oral y escrita en una lengua extranjera: comprender y ser capaz de comunicarse en contextos económicos-empresariales en inglés.

CG5. Gestión de la Información: Capacidad para buscar, obtener, evaluar, organizar y compartir información en contextos digitales

CG6. Capacidad para comprender el fenómeno digital e incorporarlo en la orientación estratégica de los proyectos de la organización

CG11. Capacidad para coordinar el diseño y la planificación de un proyecto en el ámbito de la economía digital.

CG12. Capacidad para coordinar la ejecución y control de un proyecto en el ámbito de la economía digital

CE6. Capacidad para analizar la problemática empresarial a través de las funciones directivas (planificación, organización, dirección de personas y control).

CE9. Capacidad para diseñar, planificar y ejecutar una estrategia de negocio digital.

CE11. Capacidad de iniciativa empresarial y espíritu emprendedor

CE12. Capacidad para analizar la información y evaluar alternativas que apoyen la toma de decisiones empresariales

- 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

- TEMA 1: Introducción a las estrategias B2B en negocios digitales
- TEMA 2: Principios básicos en negocios digitales entre empresas B2B
- TEMA 3: Características diferenciadoras de los negocios entre empresas: B2B vs B2C. Otros modelos de negocio afines
- TEMA 4: Las compras B2B
- TEMA 5: Las ventas B2B
- TEMA 6: Estrategias de marketing B2B

IV.B.-Actividades formativas

Tipo	Descripción
Resolución de ejercicios, problemas, casos	Resolución de casos, trabajos individuales y presentaciones del contenido desarrollado en la presente guía docente. Las actividades obligatorias serán indicadas por el profesor durante el curso académico. Podrán ser análisis de noticias en prensa, resolución de casos, análisis de vídeos, evaluaciones tipo test, seminarios, trabajos en grupo o individuales, etc. Será el profesor el que decida qué tipo de actividades debe realizar el alumno, pudiendo exigir al alumno cualquiera de estas actividades en cada uno de los temas.La realización de las prácticas es obligatoria para todos los alumnos
Asistencia a clases teóricas	Clase magistral sobre los contenidos que componen la asignatura y material de apoyo para la preparación de las distintas unidades en el aula virtual

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

Clases teóricas	30
Clases de resolución de ejercicios, problemas, casos, etc.	10
Prácticas en laboratorios experimentales, tecnológicos, clínicos, campo, etc.	0
Realización de pruebas	5
Tutorías académicas	36
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	0
Preparación de clases teóricas	15
Preparación de prácticas/ejercicios/casos	15
Preparación de pruebas	24
Total de horas de trabajo del alumnado	135

VI.-Metodología y plan de trabajo

Tipo	Periodo	Contenido
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 15	MD1.- Clases magistrales: Los contenidos teóricos básicos de la asignatura serán desarrollados con los manuales de referencia incluidos en la bibliografía en sesiones en modalidad presencial.
Trabajos colectivos	Semana 1 a Semana 15	MD2.- Resolución de casos prácticas: las prácticas consistirán en la resolución de ejercicios, preguntas, casos, proyectos y actividades de documentación realizadas por el alumno. Las prácticas se desarrollarán en grupo, en el aula o como trabajo autónomo y son de carácter obligatorio.
Pruebas	Semana 16 a Semana 17	Fecha fijada por la Facultad. Prueba escrita (test, respuesta corta, problemas o casos) contenido del programa de la asignatura, modalidad presencial.
Tutorías académicas	Semana 1 a Semana 15	MD8.- Orientación y apoyo docente Individual o Grupal mediante Tutorías.



Otras actividades	Semana 1 a Semana 15	MD5.- Trabajos individuales o en grupo (redacción, exposición pública, etc.). Las actividades se desarrollarán en grupo, en el aula o como trabajo autónomo y son de carácter obligatorio.
Otras actividades	Semana 1 a Semana 15	MD6 Utilización de materiales de apoyo didáctico: textos y materiales visuales, auditivos, audiovisuales o multimedia.

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



Sistema de Evaluación	Actividad de evaluación	Ponderación	Revaluable en Extraordinaria	Nota mínima	Contenidos	Fecha
SS1	Evaluación de trabajos individuales entregados a través del AULA VIRTUAL y la participación en clase de manera presencial	10%	NO	Sin nota mínima	Ejercicios problemas o casos	Durante el periodo lectivo
	Evaluación de trabajos grupales entregados a través del AULA VIRTUAL y presentados en clase	30%	NO		Proyecto que desarrolla el temario	Durante el periodo lectivo
SS2	Prueba escrita con preguntas tipo test y cuestiones prácticas (temas del 1 al 3)	30%	SI	5	TEMAS 1 al 3	Entre la semana 6-10
SS3	Prueba escrita con preguntas tipo test y cuestiones prácticas (temas del 4 al 6)	30%	SI	5	TEMAS 4 al 6	Fecha de examen oficial convocatoria ordinaria

Cálculo de la nota final o global

La **nota final** se calcula como la **media ponderada** de las notas de las actividades de evaluación según los porcentajes indicados, siempre y cuando se hayan superado con la nota mínima indicada para cada una de ellas. Teniendo en cuenta lo anterior, para aprobar la asignatura la media ponderada **debe ser no inferior a 5**.

Si una o varias actividades de evaluación no se han superado con la nota mínima, la nota final de la asignatura será la nota media obtenida entre todas las actividades de evaluación realizadas teniendo en cuenta que no podrá superar un 4.

Si no se ha presentado a ninguna prueba evaluable, la nota final será **"No presentado"**.

Convocatoria extraordinaria

En convocatoria extraordinaria los estudiantes solamente se presentarán a las actividades de evaluación de las pruebas no superadas, de manera que para el cálculo de la nota final **en esta convocatoria se utilizará la calificación de las actividades de evaluación aprobadas en convocatoria ordinaria y las notas obtenidas en las actividades revaluadas**. El cálculo de la nota final se realiza tal y como se indica en el apartado anterior.

Convocatoria adelantada

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.

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., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Wiley.
 Brennan, R., Canning, L., & McDowell, R. (2020). *Business-to-Business Marketing*. Sage.
 Matarranz, J. L. (2024). *La Ciencia de las Ventas*. Almuzara Universidad.
 Kalakota, R., & Robinson, M. (2001). *Del e-commerce al e-business: cómo transformar su empresa para el comercio electrónico*. Pearson Educación.

Bibliografía complementaria

Brennan, R., Canning, L., & McDowell, R. (2020). *Business-to-Business Marketing*. Sage.
 Wiersema, F. (2014). *The B2B Elements of Value*. Harvard Business Review Press.
 Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing*. Pearson.
 Urbina Ramírez, D. M. (2010). Marketing industrial: una revisión bibliográfica.
 Colubriale, F. (2016). Tecnologías en marketing digital.
 Chaffey, Dave (2014). *Marketing digital: Estrategia, implementación y práctica*. Pearson Educación de México

Blogs e informes de referencia:

Think with Google – B2B Insights

<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-es>

McKinsey & Company – Insights B2B

<https://www.mckinsey.com/industries/growth-marketing-and-sales/our-insights>

Forrester B2B Marketing Blog

<https://www.forrester.com/blogs/category/b2b-marketing/>

Content Marketing Institute – B2B Section

<https://contentmarketinginstitute.com/category/b2b-content-marketing/>

HubSpot Blog (Marketing & Sales B2B)

<https://blog.hubspot.es/>

IX.-Profesorado

Nombre y apellidos	ITZIAR CERRO URCELAY
Correo electrónico	itziar.cerro@urjc.es
Departamento	Economía de la Empresa
Campus de impartición	Madrid - Vicálvaro
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	0



Nº de Sexenios	0
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	1
Nombre y apellidos	JOSÉ LUIS MATARRANZ CARPIZO
Correo electrónico	jose Luis.matarraz@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	0
Nº de Sexenios	0
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	0