

GUÍA DOCENTE

Marketing Digital en Entornos Internacionales

MÁSTER U. EN DIRECCIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL

CURSO 2025-26

Fecha de publicación: 13-07-2025

 **Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS**
Fecha firma: 06/03/2026 12:42 | Hash: 9052ac1d5c9d18f2b6498d551d5b85c9.

I.-Identificación de la Asignatura	
Tipo	OBLIGATORIA
Período de impartición	1 curso, 2S semestre
Nº de créditos	6
Idioma en el que se imparte	Castellano

II.-Presentación
<p>La tecnología tiene una presencia completa en la actividad diaria de las empresas. Esta tecnología ha transformado la forma en que se llavan a cabo las actividades principales, entre ellas el marketing. A medida que nuestros consumidores son más sociales, se vuelven más exigentes. A medida que nuestros consumidores comparten más información con la propia empresa, esperan que la empresa utilice esa información para ofrecerle un servicio más personalizado. Este fenómeno es especialmente relevante en mercados internacionales. En este caso, los consumidores son variados y por ello los retos y la personalización se vuelven más complejos.</p> <p>Los consumidores se apoyan en la tecnología para tomar decisiones y por ello es imprescindible para las empresas que lleven a cabo estrategias de marketing digitales en entornos internacionales.</p> <p>La asignatura analizalos nuevos mercados desarrollados sobre una base digital, las estrategias para acceder a ellos que las empresas pueden desplegar, las nuevas herramientas y funciones de marketing que pueden asistir a la dirección comercial para posicionarse efectivamente y mejorar su reputación en el mundo digital, y el uso que de estas posibilidades puede hacer la empresa en su marketing internacional. La internacionalización pasa obligatoriamente por la adaptación del e-marketing a los mercados globales, que tienen sus propias reglas. El marketing digital puede ser un buen facilitador del comercio exterior. Para ello, hay que planificar una estrategia de marketing digital de alcance global, que incluya modelos de negocio orientados a detectar oportunidades en los mercados internacionales.</p>

III.-Resultados de Aprendizaje

CB10. Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

CB7. Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8. Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CG05. Analizar la situación interna y externa para elaborar diagnósticos de las organizaciones, con el fin de establecer planes y alternativas coherentes.

CG06. Reconocer el modo en que los resultados de la investigación de mercados nacionales e internacionales afectan al diseño, comercialización y comunicación de los productos.

CG09. Gestionar las nuevas tecnologías, desarrolladas en el ámbito empresarial y aplicarlas en el desarrollo de la dirección de marketing internacional

CT01. Emprendimiento e innovación. Conocer y entender la organización de una empresa y las ciencias que rigen su actividad; tener capacidad para entender las normas laborales y las relaciones entre la planificación, las estrategias industriales y comerciales, la calidad y el beneficio.

CT02. Sostenibilidad y Compromiso Social. Conocer y comprender la complejidad de los fenómenos económicos y sociales típicos de la sociedad del bienestar; tener capacidad para relacionar el bienestar con la globalización y la sostenibilidad; lograr habilidades para utilizar de forma equilibrada y compatible la técnica, la tecnología, la economía y la sostenibilidad.

CT03. Trabajo en equipo. Ser capaz de trabajar como miembro de un equipo interdisciplinar, ya sea como un miembro más o realizando tareas de dirección, con la finalidad de contribuir a desarrollar proyectos con pragmatismo y sentido de la responsabilidad, asumiendo compromisos teniendo en cuenta los recursos disponibles.

CT04. Uso solvente de los recursos de información. Gestionar la adquisición, la estructuración, el análisis y la visualización de datos e información en el ámbito de especialidad, y valorar de forma crítica los resultados de dicha gestión.

CT05. Segunda lengua. Conocer una segunda lengua, el inglés, con un nivel adecuado oral y escrito y en consonancia con las necesidades que tendrán los titulados y tituladas.

CE03. Aplicar soluciones avanzadas para recoger y analizar información (como la inteligencia competitiva, big data, ERP, etc.) y dominar su uso para identificar y estudiar mercados y tendencias de mercado prometedores a una escala internacional

CE08. Diseñar, implementar y evaluar planes comerciales internacionales centrados en incrementar el valor de los clientes de la empresa, integrando las nuevas tecnologías en este proceso y teniendo en cuenta las peculiaridades de cada mercado exterior

CE09. Diseñar e implantar modelos de gestión de las cuentas de clientes orientados a maximizar la entrega de valor para los compradores globales y locales

CE13. Evaluar los cambios que puede suponer una estrategia de marketing digital sobre las políticas comerciales, productivas y logísticas a implantar en cada mercado internacional y valorar su aportación a la creación de valor global de la empresa

• 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.- Internet como nuevo canal de distribución y comunicación de alcance global
- TEMA 2.- Planificación y diseño de la plataforma web. Cómo planificar y diseñar la web de la empresa para optimizarla según los gustos en los diferentes mercados internacionales y ganar posicionamiento en ellos.
- TEMA 3.- E-marketplaces. Estudio de los portales donde se encuentran la oferta y la demanda entre empresas (B2B), sean de ámbito multisectorial (portales horizontales) o de un sector específico (portales verticales).
- TEMA 4.- E-commerce. Estudio de la venta online como canal que permite ampliar mercados a través de las nuevas tecnologías.
- TEMA 5.- Growth-Hacker Marketing
- TEMA 6.- De la comunicación a la conversación y la influencia de la digitalización de los mercados y canales
- TEMA 7.- Redes sociales. Análisis de las existentes y del modo en que las empresas las pueden utilizar para llegar al consumidor internacional de modo más efectivo.
- TEMA 8.- Redes sociales y comunicación: el engagement
- TEMA 9.- Gestión de redes sociales: community management
- TEMA 10.- Social media internacional, cool-hunting y gestión de tendencias
- TEMA 11.- Gestión de la reputación offline y online
- TEMA 12.- Mobile Marketing. Estudio del conjunto de prácticas que permiten a las empresas comunicarse con sus clientes de forma interactiva mediante los dispositivos móviles.
- TEMA 13.- Analítica & métricas de un plan de e-marketing internacional. Estudio de la analítica web que permite disponer de la información necesaria para medir el tráfico del sitio web, mejorar su eficacia y desplegarlo para la búsqueda de información.
- TEMA 14.- Estrategias SEO internacionales. Estudio de las técnicas de posicionamiento orgánico para aparecer en las primeras posiciones de los buscadores, en función de los países de destino de las ventas.
- TEMA 15.- Estrategias SEM internacionales. Acciones publicitarias en los buscadores internacionales como método de consecución de ventas y contactos.
- TEMA 16.- Las campañas virales.

IV.B.-Actividades formativas

Tipo	Descripción
Otras	(MD1) Clase magistral (en presencial AP y/o en remoto AD por la adaptación al Plan de Contigencia según circunstancias sanitarias)
Prácticas / Resolución de ejercicios	(MD2) Clases prácticas (en presencial AP y/o en remoto AD por la adaptación al Plan de Contigencia según circunstancias sanitarias): trabajos individuales o en grupo, participación en debates y crítica constructiva y/o seminarios.
Otras	(MD3) Tutorías académicas (en presencial AP y/o en remoto AD por la adaptación al Plan de Contigencia según circunstancias sanitarias).

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

Clases teóricas	45
Clases de resolución de ejercicios, problemas, casos, etc.	1
Prácticas en laboratorios experimentales, tecnológicos, clínicos, campo, etc.	0
Realización de pruebas	2
Tutorías académicas	12
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	0
Preparación de clases teóricas	20
Preparación de prácticas/ejercicios/casos	50
Preparación de pruebas	20
Total de horas de trabajo del alumnado	150

VI.-Metodología y plan de trabajo

Tipo	Periodo	Contenido
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 15	(MD1) Clase magistral
Prácticas	Semana 1 a Semana 15	(MD2) Clases prácticas: trabajos individuales o en grupo, participación en debates y crítica constructiva y/o seminarios.
Tutorías académicas	Semana 1 a Semana 15	(MD3) Tutorías académicas



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.

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 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

Evaluación ordinaria:

Si el docente considera que la asistencia es obligatoria deberá especificarse con precisión.

(Nota: para no admitir a un estudiante a una prueba por no cumplir con el mínimo de asistencia, se deberá poder justificar por el profesor utilizando un sistema probatorio, como por ejemplo, una hoja de firmas para las actividades presenciales o el sistema de control de asistencia disponible en Aula Virtual tanto para las actividades presenciales como las que desarrollen a distancia de manera sincrónica)

La distribución y características de las pruebas de evaluación son las que se describen a continuación. Solo en casos excepcionales y especialmente motivados, el profesor podrá incorporar adaptaciones en la Guía. Dichos cambios requerirán, previa consulta al Responsable de la Asignatura, la autorización previa y expresa del Coordinador de Grado, quien notificará al Vicerrectorado con competencias en materia de Ordenación Académica la modificación realizada. En todo caso, las modificaciones que se propongan deberán atender a lo establecido en la memoria verificada. Para que tales cambios sean efectivos, deberán ser debidamente comunicados a comienzo de curso a los estudiantes a través del Aula Virtual.

La suma de las actividades no revaluables no podrá superar el 40% de la nota de la asignatura y, en general, no podrán tener nota mínima (salvo en el caso de las prácticas de laboratorio o prácticas clínicas, cuando este debidamente justificado), evitando incorporar pruebas que superen el 60% de la ponderación de la asignatura.

Evaluación extraordinaria:

Los estudiantes que no consigan superar la evaluación ordinaria, o no se hayan presentado, serán objeto de la realización de una evaluación extraordinaria para verificar la adquisición de las competencias establecidas en la guía, únicamente de las actividades de evaluación revaluables.

En la convocatoria de junio la evaluación se realizará considerando:

La calificación global de la asignatura será la media ponderada de la calificación de cada prueba. Esta ponderación es fija y no podrá cambiarse ni a lo largo del curso, ni entre convocatorias oficiales de evaluación

a) La asistencia a clase es obligatoria, se exige un mínimo de un 80% de asistencia para poder evaluarse de la asignatura. Si se falta a clase por fuerza mayor, es obligatorio presentar un justificante oficial que acredite el hecho acontecido. El docente explicará el primer día de clase el procedimiento de control de la asistencia verificable que se utilizará en el aula. Atendiendo al protocolo de adaptación establecido por la URJC que obliguen a un sistema de presencialidad más restrictivo, la asistencia podrá controlarse presencialmente (AP) o en remoto (AD) cuando no sea posible la presencialidad a través de las herramientas accesible en aula virtual. La PARTICIPACIÓN ACTIVA EN EL CURSO tendrá una ponderación del **10%**. (E01. Participación en clase) **NO REEVALUABLE**

b) Exámenes de evaluación continua reevaluables. Se realizarán dos examen/es de contenidos teóricos y prácticos cuyo valor es **35% cada una** donde se evaluarán de forma individual, los conocimientos adquiridos del temario del curso. Los dos exámenes son reevaluables y obligatorios, siendo preciso obtener una calificación de 5 sobre 10 de nota media entre ambos exámenes para superarlo, pero si la media no supera el 5, podrá evaluarse de nuevo en la convocatoria extraordinaria de la parte que se haya suspendido. En caso de suspender alguno de los dos exámenes en la convocatoria de evaluación continua ordinaria, podrá evaluarse de nuevo de aquél que se haya suspendido en la convocatoria extraordinaria. Una vez aprobados, se realizará una media aritmética de los dos exámenes, cuyo resultados contará dentro del **70%** del sistema de evaluación (E02. Exámenes de evaluación continua en la tabla adjunta).

c) Evaluación continua de pruebas no reevaluables: Consta de dos bloques de pruebas con una ponderación **cada una del 10%**. (E03. Trabajo individual o en grupo E04. Presentación oral) Una vez completadas se realizará una media aritmética de



los bloques de prácticas, cuyo resultados contará dentro del **20%** del sistema de evaluación. La nota obtenida se guardará para la convocatoria extraordinaria, sea aprobada o suspensa, y ponderará, según el porcentaje indicado, en el global de la calificación de la asignatura. Aquellos trabajos y/o prácticas que NO sean entregados en la fecha marcada por el profesor, no podrán ser entregados con posterioridad, siendo la calificación de 0 en dicho trabajo o práctica. Las prácticas se entregarán obligatoriamente en el formato que especifique el profesor, en clase (AP) y/o en remoto (AD) a través de la tarea correspondiente en la plataforma del Aula Virtual. No será válido ningún trabajo entregado a través del correo electrónico. La nota final de la asignatura (tanto en la convocatoria ordinaria como en la convocatoria extraordinaria) se calculará a partir de los porcentajes que aparecen en la evaluación (indicado en la tabla arriba) siendo necesario obtener mínimo un 5 sobre 10 como nota global final. Los alumnos/as que no superen la asignatura en la convocatoria ordinaria deberán presentarse, sin excepción, en la convocatoria extraordinaria de forma individual, de forma presencial (AP), al igual que el resto de sus compañeros/as, en la fecha de la convocatoria oficial del examen (de forma presencial (AP)). No se guardará ningún trabajo ni ninguna nota para años posteriores. Aquel alumno que copie alguna parte de los ejercicios exigidos para la evaluación de la asignatura (prueba final, trabajo, o cualquier otro ejercicio) quedará suspendido en las convocatorias ordinarias y extraordinarias. Todo ello con independencia del procedimiento disciplinario que, según la normativa de exámenes vigente, se pueda emprender por parte de la propia Universidad Rey Juan Carlos.

NOTA: Atendiendo al protocolo de adaptación establecido por la URJC, las actividades de evaluación podrán realizarse presencialmente (AP). Todas las actividades de evaluación continua que se desarrollen de manera remota deberán realizarse a través de Aula Virtual para garantizar el registro de evidencias necesarias para los procesos de seguimiento. No obstante, para todas aquellas otras actividades formativas, de comunicación e información que se realicen pero que no requieran un registro de evaluación, se utilizarán preferentemente las aplicaciones corporativas de videoconferencia.

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 sobre conducta académica de la Universidad Rey Juan Carlos (https://www.urjc.es/images/Universidad/Presentacion/normativa/Normativa_conducta_academica_URJC.pdf) y de diferentes herramientas (antiplagio, supervisión?) que ofrecen una garantía colectiva para el completo desarrollo de estos valores esenciales.

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.



VIII.-Recursos y materiales didácticos

Bibliografía básica

Kotler, P., Kartajaya, H., y Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0. John Wiley & Sons
 Reyes-Menendez, A. y Queipo, J. (2021) SEM para Dummies, Ed. Planeta
 Redondo Noval, S.S. (2021) SEO para Dummies, Ed. Planeta
 Brown, M. (2017) Hacking Growth: How Today's Fastest-Growing Companies Drive Breakout Success
 Martín-Santana, J.D.; Olarte-Pascual, C.; Reinares-Lara, E.; Reinares-Lara, P.; Samino-García, R. (2019). Gestión de la comunicación: un enfoque integral. Esic Editorial. Madrid.
 Kotler, P., Kartajaya, H., y Setiawan, I. (2016). Marketing 4.0. John Wiley & Sons
 Kawasaki, G y Fitzpatrick, P (2016) El arte del social media, Ed. Social Business
 Del Rey, V. (2014), Elaboración del plan de marketing digital internacional.
<https://prezi.com/ksol4utfnh-/elaboracion-del-plan-de-marketing-digital-internacional/>
 Holiday, R. (2014), Growth Hacker Marketing. El futuro del social media y la publicidad. Anaya Multimedia, Barcelona.
 Khodja, M. (2015), Le marketing digital international expliqué à mon boss. Ediciones Kawa, París.
 Merodio, J. (2010), Marketing en redes sociales. Mensajes de la empresa para gente selectiva. Librería Bubok, Madrid.
 Plano, R. (2015), Exportación 2.0. Marketing digital para pymes exportadoras y emprendedores. Ediciones Urano, Barcelona.
 Fundamentos Básicos de la Gestión publicitaria en televisión Autor: REINARES LARA, E. y REINARES LARA, P. Editorial(2003): Esic Editorial, Madrid.
 Marketing Promocional Autor: ZORITA LLOREDA, E. Editorial(2000): Editorial Esic, Madrid. Editorial(2003): Esic Editorial, Madrid.

Bibliografía complementaria

IX.-Profesorado

Nombre y apellidos	ARANCHA DE LA FUENTE DE LA FUENTE
Correo electrónico	arancha.delafuente@urjc.es
Departamento	Economía de la Empresa
Campus de impartición	Madrid - Vicálvaro
Categoría	Profesor/a Asociado/a
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	0
Nombre y apellidos	NURIA RUIZ LACACI
Correo electrónico	nuria.lacaci@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	1

