

GUÍA DOCENTE

INTRODUCCION A LA COMUNICACION Y EL MARKETING

GRADO EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS EN EL ÁMBITO DIGITAL

CURSO 2024-25

Fecha de publicación: 27-06-2024



 **Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS**
Fecha firma: 24/04/2025 21:07 | Hash: 607f5ea19bc3a3adc8cc1d3ebc36227a.

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

II.-Presentación
<p>La asignatura Introducción a la Comunicación y el Marketing, del área de Comercialización e Investigación de Mercados, es una asignatura de formación básica, de primer curso, de seis créditos, que tiene como principal objetivo iniciar al alumno del Grado en Dirección y Gestión de Empresas en el ámbito digital, en los conceptos elementales de la comunicación y el marketing. Estas nociones básicas pretenden servir de base para la adquisición de posteriores conocimientos del área, y deben permitir al alumno profundizar en estas dos disciplinas, comprendiendo el papel de ambas en el marco de la empresa y el ámbito digital; así como facilitar la identificación de las variables sobre las que se fundamentan las políticas de comunicación y marketing empresariales. La asignatura comienza con una introducción a la materia, para pasar a continuación a presentar los conceptos centrales del marketing y finaliza adentrándose en la comunicación empresarial.</p>

III.-Resultados de Aprendizaje
<p>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.</p> <p>CG3. Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo</p> <p>CG6. Capacidad para comprender el fenómeno digital e incorporarlo en la orientación estratégica de los proyectos de la organización</p> <p>CE10. Capacidad para formular una estrategia tecnológica que de soporte a un negocio en el ámbito digital.</p> <p>CE19. Capacidad para comprender el sistema publicitario digital y su aplicación en la generación de campañas de publicidad en entornos digitales.</p> <p>CE23. Orientación al cliente: Capacidad para entender, comprender, saber interactuar y satisfacer las necesidades de los nuevos clientes en contextos digitales.</p>



IV.-Contenido

IV.A.-Temario de la asignatura

TEMA 01 Introducción al Marketing: La empresa y su estrategia de marketing
 TEMA 02 El entorno de marketing
 TEMA 03 Introducción a la comunicación
 TEMA 04 Principales variables de comunicación externa e interna
 TEMA 05 Comunicación: publicidad, promoción y relaciones públicas
 TEMA 06 Introducción al plan de comunicación en el ámbito digital
 TEMA 07 Las redes sociales y su relevancia en el ámbito de la Comunicación y el Marketing.

IV.B.-Actividades formativas

Tipo	Descripción
Trabajos individuales	(AF2) Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado. (AF3) Trabajos en grupo. Esta metodología docente consiste en la elaboración de pequeños trabajos. Se valorará la búsqueda de bibliografía, la selección del material y la capacidad de estructuración del mismo. Además, los alumnos deben realizar un análisis y una discusión común de cada situación. Esta actividad puede complementarse con la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado. (AF4) Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclava esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.
Asistencia a clases teóricas	(AF1) Preparación de contenidos teóricos. Lectura comprensiva del material docente recomendado. Visionados (material visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicados para la materia).
Otras actividades	(AF5) Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.



Trabajos colectivos	(AF3) Trabajos en grupo. Esta metodología docente consiste en la elaboración de pequeños trabajos. Se valorará la búsqueda de bibliografía, la selección del material y la capacidad de estructuración del mismo. Además, los alumnos deben realizar un análisis y una discusión común de cada situación. Esta actividad puede complementarse con la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.
---------------------	---

V.-Tiempo de Trabajo del estudiante (30h grado y 25h máster)	
Clases teóricas	32
Clases de resolución de ejercicios, problemas, casos, etc.	24
Prácticas en laboratorios experimentales, tecnológicos, clínicos, campo, etc.	0
Realización de pruebas	4
Tutorías académicas	36
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	12
Preparación de clases teóricas	30
Preparación de prácticas/ejercicios/casos	30
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 14	Discusión y resolución en clase de ejercicios, casos prácticos y lecturas recomendadas.
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 14	Clases de teoría sobre los diferentes contenidos del temario.
Tutorías académicas	Semana 1 a Semana 14	Tutorías académicas: resolución de dudas.
Pruebas	Semana 1 a Semana 14	Pruebas escritas (preguntas tipo test multirespuesta)

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



Criterio	Ponderación	Fecha	Contenido
<p>Pruebas Prácticas: Evaluación individual o grupal de trabajos prácticos y/o ejercicios.*</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realización y/o defensa de trabajos individuales y/o en grupo. • Resolución de casos individuales y/o en grupo. • Pruebas de refuerzo y asimilación de conceptos individuales. • Otras que establezca cada profesor en base a su criterio y a las características de cada grupo. <p>*Cada profesor establecerá las actividades a realizar en base a su criterio, en función de las características del grupo y la situación.</p>	<p style="text-align: center;">Total 20%</p> <p style="text-align: center;">No reevaluable</p>	<p style="text-align: center;">A lo largo del cuatrimestre.</p>	<p style="text-align: center;">Totalidad del Programa</p>
<p>Trabajos Individuales: Evaluación de asistencia y participación en el aprendizaje (mediante técnicas de observación de la actividad del estudiante)</p>	<p style="text-align: center;">Total 10%</p> <p style="text-align: center;">No reevaluable</p>	<p style="text-align: center;">A lo largo del cuatrimestre.</p>	<p style="text-align: center;">Totalidad del Programa</p>
<p>(SE2) Trabajo en grupo o individual de exposición y defensa presencial. *</p> <p>*Cada profesor establecerá en base a su criterio, en función de las características del grupo y la situación.</p>	<p style="text-align: center;">Total 20%</p> <p style="text-align: center;">Mínimo un 5 sobre 10</p> <p style="text-align: center;">Reevaluable</p>	<p style="text-align: center;">A lo largo del cuatrimestre.</p> <p>El profesor indicará el calendario de defensa de trabajos por grupos o individual.</p> <p>La reevaluación, en su caso, tendrá lugar en la convocatoria Extraordinaria publicada por la Universidad</p>	<p style="text-align: center;">Tema del programa asignado por el profesor.</p>



<p>(SE3): Pruebas teóricas: Exámenes escritos presenciales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preguntas tipo test (opción múltiple) y/o • Preguntas tipo test (V/F) y/o • Preguntas cortas y/o • Preguntas de desarrollo y/o • Otro tipo de preguntas que establezca cada profesor en base a su criterio y a las características de cada grupo. <p>*Cada profesor establecerá en base a su criterio, en función de las características del grupo y la situación.</p>	<p>Total 50% Mínimo un 5 sobre 10</p> <p>Reevaluable</p>	<p>A mitad del cuatrimestre. Al final del cuatrimestre. Ambos son liberatorios. En la convocatoria Ordinaria publicada por la Universidad La reevaluación, en su caso, tendrá lugar en la convocatoria Extraordinaria publicada por la Universidad</p>	<p>Totalidad del Programa</p>
---	---	--	-------------------------------



Importante:

En el caso de que **no se supere el examen y/o no se supere el trabajo de evaluación continua de pruebas prácticas reevaluables**, ambos, en la convocatoria ordinaria, no se realizará media ponderada con el resto de las notas y la asignatura estará suspensa. En actas aparecerá la nota de la parte suspensa con su correspondiente ponderación. La/s nota/s de la/s prueba/s prácticas no reevaluables, individuales y/o en grupo, se guardarán para la segunda convocatoria (extraordinaria) y hará media ponderada con la nota de la prueba final.

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. Aquel alumno que copie alguna parte de los ejercicios exigidos para la evaluación de la asignatura (examen 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. No se guardará ningún trabajo ni ninguna nota para años posteriores.

En la convocatoria extraordinaria: Debe tenerse en cuenta que en la convocatoria extraordinaria, solamente se podrá realizar la reevaluación de las actividades reevaluables que no se han superado o no se han presentado en la convocatoria ordinaria, por lo que en ningún caso se podrá solicitar dicha reevaluación con el objetivo de subir calificaciones de pruebas que en la primera convocatoria hayan sido superiores a 5.

Aquellos alumnos que soliciten la **convocatoria adelantada** y se les conceda porque cumplen los requisitos establecidos en el Reglamento de Evaluación de los Resultados de Aprendizaje de la URJC, el método de evaluación a aplicar será de una prueba teórica (que constará del 60%) que podrá ser tipo test y/o desarrollo o preguntas cortas.+ una prueba prácticas (que constará del 40%), que podrá ser el desarrollo de un caso práctico, una pregunta de desarrollo, un problema o un ejercicio (a determinar por el profesorado).

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.



VIII.-Recursos y materiales didácticos

Bibliografía básica

Se podrán recomendar referencias adicionales durante el curso.

1. Blanco, A.; Prado, A. y Mercado, C.: (2016) Introducción al Marketing y la Comunicación en la Empresa. 2ª Ed. ESIC, Madrid.
2. MONFERRER TIRADO, D. "Fundamentos de Marketing" <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/49394/s74.pdf>
3. 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.
4. KOTLER, P.; Ed. (2017). "Fundamentos de Marketing" 13º Ed. Ed Pearson Educación, Madrid
5. KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. (2018). "Principios de marketing". 17º ed. Ed. Pearson. Prentice Hall
8. Buil, P. y Medina. (2015). P. DIRCOM. Comunicar para transformar. Ed. Pirámide. ISBN: 978-84-368-3321-8.
9. Cervera, A.L. (2015). Comunicación Total. 5ª Edición. Editorial ESIC. ISBN: 978-84-15986-71-3.
10. Sánchez Herrera, J. y Pintado Blanco, T.: "Estrategias de marketing para grupos sociales". Editorial ESIC, 2010. 978-84-7356-679-7
11. Herrera, J. S., & Blanco, T. P. (2017). Nuevas tendencias en comunicación estratégica. ESIC.
6. Alard, J. Abel M. El Plan de Comunicación. Fases de desarrollo. Editorial ESIC.
7. Asociación Española de Anunciantes (2015). Observatorio de la Publicidad en España. La comunicación Comercial en Cambio Permanente. Editado por Asociación Española de Anunciantes.

Bibliografía complementaria

Cada profesor establecerá a través del aula Virtual, aquellos enlaces a documentos y bibliografía de actualidad adicionales que considere oportunos.

IX.-Profesorado

Nombre y apellidos	BEATRIZ RODRIGUEZ HERRAEZ
Correo electrónico	beatriz.rodriguez@urjc.es
Departamento	Economía de la Empresa
Categoría	Titular de Universidad
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	1
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	5