

**GUÍA DOCENTE**  
**MARKETING INTERNO**  
**GRADO EN MARKETING**

**CURSO 2021-22**

Fecha de publicación: 07.07.2021

<b>I. Identificación de la Asignatura</b>	
<b>Tipo</b>	OPTATIVA
<b>Período de impartición</b>	4 curso, 1Q semestre
<b>Nº de créditos</b>	4.5
<b>Idioma en el que se imparte</b>	Castellano

### **NOTA IMPORTANTE SOBRE EL MODELO FORMATIVO DURANTE EL CURSO ACADÉMICO 2020-2021**

El Protocolo de adaptación de la docencia ante la crisis sanitaria provocada por la COVID-19 en la Universidad Rey Juan Carlos, aprobado por el Consejo de Gobierno, establece el marco en el que deberá desarrollarse la actividad académica en el curso 2021-22, de manera transitoria, mientras estén vigentes estas excepcionales condiciones. A tal efecto, las actividades de enseñanza y aprendizaje que se realicen considerarán la clase como el espacio de interacción entre docentes y estudiantes que se produce en entornos tanto físicos como virtuales y que facilitan un modelo de trabajo continuado y de relación constante entre el docente de la asignatura y los estudiantes de un grupo tanto a través de actividades síncronas como asíncronas. Con la finalidad de poder responder de manera ágil a los cambios de situación que la evolución de las condiciones sanitarias pudiera requerir, bien para regresar a un modelo totalmente presencial como para atender a la necesidad de realizar toda la actividad a distancia ante un agravamiento de la situación, esta Guía docente detalla, a nivel de asignatura, cómo se aplicará el plan de contingencia de la Universidad en el caso de que ello fuese necesario. Para ello, en los apartados de Metodología y Plan de trabajo, y en Métodos de evaluación, se especifica la adaptación que se llevará a cabo de estos elementos curriculares en el caso de que la situación lo requiera. Cláusula informativa para las guías docentes en caso de adaptación de la docencia online En cumplimiento del Reglamento Europeo 679/2016, de 27 de abril, general de protección de datos, así como de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal y Garantía de los Derechos Digitales-, se informa a los alumnos de que en el caso de que se requiera la adaptación de la docencia al entorno virtual, las clases impartidas por videoconferencia síncrona podrán ser objeto de grabación. Este tratamiento de los datos personales se podrá efectuar por la Universidad Rey Juan Carlos con la finalidad de garantizar la impartición de docencia y se lleva a cabo en virtud del cumplimiento de las obligaciones legales encomendadas a la URJC por la Ley Orgánica de Universidades y en el ejercicio de sus poderes públicos (art. 6.1 del RGPD). Pueden obtener más información en relación con la política de privacidad de la Universidad Rey Juan Carlos en <https://www.urjc.es/proteccion-de-datos/3462-clausula-informativa-ampliada>

## II. Presentación

El objetivo principal de la asignatura de Marketing Interno, es concienciar a los alumnos de la importancia y de la trascendencia que actualmente tiene el Marketing Interno en el Plan Estratégico de las empresas, especialmente en el ámbito de la Comunicación Interna, analizando asimismo, sus efectos en la realidad empresarial.

## III. Competencias

### Competencias Generales

CG01. Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa. CG02. Capacidad de organización y planificación: Aplicada a una empresa u organización, identificando sus fortalezas y debilidades. CG03. Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español. CG05. Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio. CG06. Habilidad para analizar, buscar y discriminar información proveniente de fuentes diversas. CG07. Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar, en un contexto internacional y globalización, en entornos diversos y multiculturales. CG08. Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad. CG09. Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

### Competencias Específicas

CE09. Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales. CE13. Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos. CE15. Ser capaz de diseñar e implantar un plan de comunicación integrada de marketing. CE19. Ser capaz de aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados.

## IV. Contenido

### IV.1. Temario de la asignatura

#### TEMA 1: FUNDAMENTOS DE MARKETING INTERNO

- Concepto y evolución del Marketing Interno. •Principales objetivos.

#### TEMA 2: PLAN DE MARKETING INTERNO Y ETAPAS DE UNA INVESTIGACIÓN DE MARKETING SOCIOLABORAL

- Etapas de un Plan de marketing interno. •Etapas de una investigación sociolaboral.

TEMA 3: PRINCIPALES TÉCNICAS CUALITATIVAS Y CUANTITATIVAS DE MARKETING INTERNO  
 •Principales técnicas cualitativas de marketing interno. •Principales técnicas cuantitativas de marketing interno.

TEMA 4: LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA EMPRESA  
 •La comunicación como integrante del marketing interno. •Principales canales de comunicación interna (descendente, ascendente y horizontal). •Comunicación en situación de crisis. •Plan de comunicación interna.

TEMA 5: HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN INTERNA  
 •Principales herramientas de comunicación descendente, ascendente y horizontal. •Nuevas tecnologías aplicadas a la comunicación interna.

TEMA 6: MARCA PERSONAL o PERSONAL BRAND  
 •Concepto y diseño de la Marca Personal. •Desarrollo del Plan de Marca Personal.

#### IV.2. Actividades Formativas:

Tipo	
Otras	(AFE5) Asistencia a tutorías académicas.
Lecturas	(AFE1) Preparación de contenidos teóricos. Lectura comprensiva de material docente recomendado.
Prácticas / Resolución de ejercicios	(AFE2, AFE4) Actividades de carácter práctico (trabajo individual, participación en debates y crítica constructiva).

#### V. Tiempo de Trabajo

Clases teóricas	30
Clases prácticas de resolución de problemas, casos, etc.	13
Prácticas en laboratorios tecnológicos, clínicos, etc	0
Realización de pruebas	2
Tutorías académicas	12
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	1.5
Preparación de clases teóricas	30
Preparación de clases prácticas/problemas/casos	30
Preparación de pruebas	16.5
Total de horas de trabajo del estudiante	135

#### VI. Metodología y Plan de Trabajo

[AP] Actividad formativa presencial [AD] Actividad formativa a distancia [PC] Adaptación de la actividad según Plan de contingencia

Tipo	Periodo	Contenido
Tutorías académicas	Semana 1 a Semana 15	(MD3) ) Tutorías académicas (en presencial AP y/o en remoto AD en caso de adaptación al Plan de

		Contingencia según circunstancias sanitarias).
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 15	(MD1) Clase magistral (en presencial AP y/o en remoto AD en caso de adaptación al Plan de Contingencia según circunstancias sanitarias)
Prácticas	Semana 1 a Semana 15	(MD2) Clases prácticas: trabajos individuales o en grupo, debates y crítica constructiva. Actividad presencial [AP] dependiendo de las condiciones sanitarias y del plan de contingencia [PC] de la URJC.

## VII. Métodos de evaluación

### VII.1. Ponderación para la evaluación

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 síncrona) La distribución y características de las pruebas de evaluación son las que se describen a continuación. En las pruebas que lo requieran, se indica, además, cómo quedarían adaptadas para responder al cambio de escenario establecido en el plan de contingencia de la Universidad. 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 50% 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 esté 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.

### Descripción de las pruebas de evaluación y su ponderación

Es importante tener en cuenta que TODO lo que se dice y trabaja en las clases, puede ser materia de evaluación. Por lo tanto, la asistencia activa (atender, tomar apuntes, participar, etc..) es pieza clave para tener éxito en esta asignatura. La EVALUACIÓN DE LA ASIGNATURA se realizará de la siguiente forma: Pruebas teóricas: 70% de la nota. Examen/es de contenidos teóricos y prácticos: se evaluarán (de forma individual, de forma presencial (AP) y/o en remoto (AD) según las circunstancias sanitarias (PC)) los conocimientos adquiridos del temario del curso. Los alumnos deben aprobar la parte teórica con una nota mínima de 5 sobre 10 para hacer media con la parte práctica. Dicho porcentaje podrá evaluarse en base a uno o varios exámenes según considere oportuno el profesor, que podrán ser tipo test y/o desarrollo o preguntas cortas. El sistema será indicado por el profesor al inicio del curso, teniendo en cuenta que una sola prueba NO puede superar el 60% de la nota final. Este porcentaje es reevaluable. Los alumnos que no superen la prueba en la primera convocatoria podrán evaluarse en la convocatoria extraordinaria en la fecha oficial marcada en el calendario de exámenes de la Universidad. Pruebas Prácticas: 30% de la nota: Se evaluarán (de forma presencial (AP) y/o en remoto (AD) según las circunstancias sanitarias (PC)) los conocimientos adquiridos a través de: caso/s práctico/s y/o trabajo/s práctico/s que serán detallados por el profesor al inicio del curso. Se podrán realizar tanto de forma individual como en grupo, siguiendo las indicaciones del profesor en cada caso. Las prácticas NO son Reevaluables. Los alumnos se responsabilizarán de saber qué prácticas son las exigidas, fechas de entrega, modo de entrega y llevar un seguimiento de cuáles han entregado o no. Las entregas fuera de plazo no serán admitidas bajo ninguna circunstancia (salvo fuerza mayor demostrable por el alumno). Las notas de la/s práctica/s realizadas durante el curso, solo se guardan hasta la convocatoria extraordinaria de junio/julio. IMPORTANTE: Los alumnos que no superen la asignatura en la convocatoria ordinaria deberán reevaluarse sin excepción (también los alumnos ERASMUS y asimilados) en las fechas oficiales de la convocatoria extraordinaria (en presencial y/o en remoto según las circunstancias sanitarias) al igual que el resto de sus compañeros, siguiendo las indicaciones facilitadas por el profesor para realizar las pruebas de examen convocadas oficialmente. No se guardarán notas de un curso para otro. Aquel alumno que copie alguna parte de los ejercicios exigidos para la evaluación de la asignatura (prueba final, trabajos, prácticas, 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. Es necesario que todos los alumnos comprendan perfectamente el sistema de evaluación y la mecánica de la asignatura. Ver las normas académicas de la URJC, y las propias normas de la asignatura que el profesor establezca en el AULA VIRTUAL. Alumnos con Dispensa Académica: Es muy importante que el alumno se ponga en contacto (al menos por email) con el profesor de la asignatura mientras solicita y le es concedida la Dispensa Académica por la URJC.

## VII.2. Evaluación de alumnos con dispensa académica

Para que un alumno pueda optar a esta evaluación, tendrá que obtener la 'Dispensa Académica' para la asignatura, que habrá solicitado al Decano/a o Director/a del Centro que imparte su titulación. La Dispensa Académica se podrá conceder siempre y cuando las peculiaridades propias de la asignatura lo permitan. Durante el curso 2021-22, los estudiantes que justifiquen médicamente la imposibilidad de asistir presencialmente a las actividades que lo requieran, con motivo del COVID-19, podrán solicitar la dispensa académica. Una vez que se haya notificado la concesión de la Dispensa Académica, el docente deberá informar al estudiante a través del Aula Virtual acerca del plan de evaluación establecido en cada caso.

Asignatura con posibilidad de dispensa: Si

<b>VII.3. Revisión de las pruebas de evaluación</b>
Conforme a la normativa de reclamación de exámenes de la Universidad Rey Juan Carlos.
<b>VII.4. Estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales</b>
Las adaptaciones curriculares para estudiantes con discapacidad o con necesidades educativas especiales, a fin de garantizar la igualdad de oportunidades, no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad en virtud de la Normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad, aprobada por Consejo de Gobierno de la Universidad Rey Juan Carlos. Será requisito para ello la emisión de un informe de adaptaciones curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que los estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales deberán contactar con ella, a fin de analizar conjuntamente las distintas alternativas.
<b>VII.5. Conducta Académica</b>
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 ( <a href="https://www.urjc.es/codigoetico">https://www.urjc.es/codigoetico</a> ). Para acompañar este proceso, la Universidad dispone de la Normativa sobre conducta académica de la Universidad Rey Juan Carlos ( <a href="https://urjc.es/images/Universidad/Presentacion/normativa/Normativa_conducta_academica_URJC.pdf">https://urjc.es/images/Universidad/Presentacion/normativa/Normativa_conducta_academica_URJC.pdf</a> ) y de diferentes herramientas (antiplagio, supervisión) que ofrecen una garantía colectiva para el completo desarrollo de estos valores esenciales

<b>VIII. Recursos y Materiales Didácticos</b>
<b>Bibliografía</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- BARRANCO SAIZ, F.J (2000): "Marketing Interno y Gestión de los Recursos Humanos ". Ed. Pirámide</li> <li>- TORTOSA EDO, V. y otros: (2014): "Marketing Interno. Cómo lograr el compromiso de los empleados". Ed. Pirámide</li> <li>- TUÑEZ, M. (2012): "La gestión de la comunicación en las organizaciones". Ed. Comunicación social Ediciones y Publicaciones. Zamora.</li> </ul>
<b>Bibliografía de Consulta</b>
<p><a href="https://www.academia.edu/25686623/EBOOK">https://www.academia.edu/25686623/EBOOK</a></p> <p>PÉREZ ORTEGA, A. (2017): "Marca personal para dummies".  <a href="https://www.planetadelibros.com/libros_contenido_extra/36/35195_MARCA_PERSONAL.pdf">https://www.planetadelibros.com/libros_contenido_extra/36/35195_MARCA_PERSONAL.pdf</a></p> <p>- GARCÍA JIMÉNEZ, J. (1998): "La Comunicación Interna". Ed. Díaz de Santos.</p>

- FERNÁNDEZ, F (2011): "Comunicación interna 2.0. La gestión de portales corporativos y redes sociales". Ed. Ciencias Sociales. Madrid

- ACOSTA VERA, J.M (2006): "Marketing Personal". Ed. ESIC. Madrid.

- PÉREZ ORTEGA, A. (2008): "Marca Personal. Cómo convertirse en la opción preferente". Ed. ESIC. Madrid

- CERVERA FANTONI, A. (2015): "Comunicación Total". Ed. ESIC. Madrid.

- ONGALLO, C. (2000): "Manual de Comunicación ". Ed. Dykinson.

- VILLAFAÑE, JUSTO (2004): "La buena reputación: claves del valor intangible de las empresas". Ed. Pirámide

<b>IX. Profesorado</b>	
Nombre y Apellidos	<b>Jesús Sánchez Cotobal</b>
Correo Electrónico	<b>jcotoball@gmail.com</b>
Titulación Académica	<b>Acreditado</b>