

GUÍA DOCENTE

***“MARKETING Y TÉCNICAS DE
COMUNICACIÓN INTERPERSONAL”***

GRADO EN MARKETING

CURSO 2021-2022

Fecha de publicación: 21.07.2021

I. Identificación de la Asignatura	
Tipo	Formación básica.
Periodo de impartición	1er curso – 1er cuatrimestre.
Nº de Créditos	6 ECTS.
Idioma en que se imparte	Castellano.

Nota importante sobre el modelo formativo durante el curso académico 2020-2021
<p>El protocolo de adaptación de la docencia ante la crisis sanitaria provocada por la COVID-19 en ESERP, aprobado por la Dirección del Centro, por la Universidad Rey Juan Carlos y el Consejo de Gobierno, establece el marco en el que deberá desarrollarse la actividad académica en el curso 2021-2022, de manera transitoria, mientras estén vigentes estas excepcionales condiciones.</p> <p>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.</p> <p>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 ESERP 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 especificará la adaptación que se llevará a cabo de estos elementos curriculares en el caso de que la situación lo requiera.</p> <p>Cláusula informativa para las guías docentes en caso de adaptación de la docencia online.</p> <p>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/as de que en caso de que se requiera la adaptación de la docencia al entorno virtual, las clases impartidas por vídeo conferencia síncrona podrán ser objeto de grabación. Este tratamiento de los datos personales se podrá efectuar por ESERP 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).</p>

II. Presentación

La asignatura de *Marketing* y Técnicas de Comunicación interpersonal es una asignatura de «formación básica» de primer curso, de seis créditos. Al hablar de «comunicación interpersonal» se refiere a comunicación entre personas, es decir, con jefes, compañeros, clientes, proveedores, en una reunión, a un público, etc.

El conocimiento y dominio de las técnicas de comunicación interpersonal será una competencia o indicador que marcará el éxito o el fracaso, en definitiva, el desarrollo profesional de toda persona que quiera dedicarse al mundo del *marketing*.

Marketing es, ante todo, comunicación con los mercados, con los consumidores, cada vez más los «mercados son conversaciones», y para poder desarrollar estas conversaciones, todo profesional tendrá que saber cómo poder comunicarse eficazmente con una serie de importantes «grupos objetivo» ya mencionados. Y, además, hacerlo de muy diversas formas: verbalmente, no verbalmente, por escrito, en una presentación o ponencia, reuniones, etc. «Se comunica siempre, con todo, y aunque no se quiera».

En consecuencia, en esta asignatura se dotará al alumno/a de los conocimientos y técnicas precisas, para que pueda gestionar esta importante área de forma profesional, tanto a lo largo de sus estudios, como en su vida laboral.

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.

CG03. Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español. Estar preparado para hacerse entender por jefes y subordinados de forma clara y concisa y ser capaz de elaborar informes de asesoramiento y proyectos de gestión empresarial (global o por áreas funcionales).

CG06. Habilidad para analizar, buscar y discriminar información proveniente de fuentes diversas: ser capaz de identificar las fuentes de información económica relevante, obtener y seleccionar información relevante imposible de reconocer por no profesionales.

CG07. Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar, en un contexto internacional y globalizado, 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

CE02. Integrarse en el área funcional de *marketing* de una empresa u organización, y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada.

CE04. Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados.

CE09. Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.

CE13. Ser capaz de tomar decisiones de *marketing* en ámbitos de actividad específicos.

CE14. Comprender el papel y la importancia de la comunicación integrada de *marketing*.

CE20. Ser capaz de presentar y defender un proyecto completo que integre las actividades de *marketing* o Plan de *Marketing*.

IV. Contenido
IV.1. Temario de la asignatura
<p>Tema 1: El concepto de <i>marketing</i> y su relación con la comunicación.</p> <p>Tema 2: La comunicación, clases de comunicación y diferentes grupos objetivo. <i>Marketing</i> de «Yo SL» (<i>Branding</i> personal).</p> <p>Tema 3: Neurociencia y comunicación.</p> <p>Tema 4: Técnicas de creatividad.</p> <p>Tema 5: Lenguaje corporal.</p> <p>Tema 6: Grafología, fisiognomía, proxémica.</p> <p>Tema 7: Programación Neurolingüística (PNL).</p> <p>Tema 8: Cómo escribir.</p> <p>Tema 9: Cómo hablar.</p> <p>Tema 10: Cómo hacer presentaciones eficaces.</p>

IV.2. Actividades Formativas	
Tipo	Descripción.
Prácticas / Resolución de ejercicios	(AFE2, AFE3, AFE4, AFES1, AFES2, AFES3, AFES4) Actividades de carácter práctico, trabajo individual y/o grupal, participación en debates, seminarios y crítica constructiva.
Lectura	(AFE1) Preparación de contenidos teóricos; lectura comprensiva del material docente recomendado.
Otras	(AFE5) Asistencia a tutorías académicas. (AS7) Pruebas presenciales de evaluación de conocimiento teórico y/o práctico.

V. Tiempo de Trabajo	
Clases teóricas	22
Clases prácticas de resolución de problemas, casos, etc.	30
Prácticas en laboratorios tecnológicos, clínicos, etc.	0
Realización de pruebas	8
Tutorías académicas	12
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	6
Preparación de clases teóricas	35
Preparación de clases prácticas / problemas / casos	35
Preparación de pruebas	32
Total de horas de trabajo del estudiante	180

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
Clases teóricas	Semana 1 a semana 15	(AP) Clase magistral. (AD) Clase magistral por videoconferencia.
Prácticas	Semana 1 a semana 15	(AP) Clases prácticas: trabajos individuales o en grupo, debates, seminarios y crítica constructiva. (AD) Las prácticas se realizarán / corregirán en línea atendiendo al Plan de Contingencia en caso de pasar a un escenario más restrictivo.
Tutorías académicas	Semana 1 a semana 15	(AP) Tutorías académicas. (AD) Tutorías <i>online</i> individuales y/o grupales.

VII. Métodos de Evaluación
VII.1. Ponderación para la evaluación
<p>Evaluación Ordinaria:</p> <p>Si el docente considera que la asistencia es obligatoria, deberá especificarse con precisión.</p> <p>(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 la plataforma virtual tanto para las actividades presenciales como las que se desarrollen a distancia de manera síncrona).</p> <p>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 Escuela.</p> <p>Sólo 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. Para que tales cambios sean efectivos, deberán ser debidamente comunicados a comienzo de curso a los estudiantes a través de la plataforma virtual.</p> <p>Con carácter general, la suma de las actividades «no reevaluables» 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.</p> <p>Evaluación extraordinaria:</p> <p>Los alumnos/as 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 docente, únicamente de las actividades de evaluación reevaluables.</p>

Descripción de las pruebas de evaluación y su ponderación

La asistencia a las clases es obligatoria; la «no asistencia» justificada no podrá superar el 20 % de la totalidad de las clases. En el caso de superar dicho porcentaje, el alumno/a no podrá presentarse a la prueba de evaluación teórica ordinaria.

La evaluación de esta asignatura se realizará de la siguiente manera, en la convocatoria ordinaria (enero) y la convocatoria extraordinaria (junio):

Evaluación de contenidos (70%). El sistema será indicado por el profesor al inicio del curso, teniendo en cuenta que una sola prueba NO podrá superar el 60% de la nota final. El porcentaje es reevaluable. Los alumnos/as 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.

Dos pruebas teóricas: 35% cada una de ellas (reevaluables). Prueba de conocimientos de los contenidos del programa y lo visto en clase, determinadas por el profesor.

Trabajos prácticos individuales y/o grupales: 30% (no reevaluables). Determinados por el profesor.

Para poder sumar las puntuaciones de las partes teórica (70%) y práctica (30%), ambas deben estar aprobadas con un 5 o superior.

Adaptación de las actividades de evaluación en plan de contingencia. Las actividades de evaluación (pruebas teóricas y trabajos prácticos) serán presenciales (AP) o a distancia (AD) dependiendo de las condiciones sanitarias y del plan de contingencia (PC) de ESERP. Ante una potencial adaptación se mantendrán duración, procedimiento, recursos necesarios para el desarrollo de las actividades y criterios de evaluación.

VII.2. Evaluación de alumnas/os con dispensa académica

Para que un alumno/a 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 2021-2022, los estudiantes que justifiquen médicamente la imposibilidad de asistir presencialmente a las actividades que lo requieran, con motivo de la COVID-19, podrán solicitar la dispensa académica.

Una vez se haya notificado la concesión de la «Dispensa Académica», el docente deberá informar al estudiante a través de la plataforma virtual acerca del plan y metodología de evaluación establecida en cada caso.

Asignatura con posibilidad de dispensa: **Si**

VII.3. Revisión de las pruebas de evaluación

Conforme a la normativa de reclamación de exámenes de la Universidad Rey Juan Carlos.

VII.4. Estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales

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 imprescindible 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.

VII.5. Conducta Académica, Integridad y Honestidad Académica.

ESERP está plenamente comprometida con los más altos estándares de integridad y honestidad académica, por lo que estudiar en ESERP supone asumir y suscribir los valores de integridad y honestidad académica recogidos en el Código Ético de la escuela (y con él, los así también recogidos en el Código Ético de la URJC).

Para acompañar este proceso, ESERP dispone de Normativa de conducta académica y de diferentes herramientas (coordinación, tutorización, supervisión, antiplagio, etcétera) que ofrecen una garantía colectiva para el completo desarrollo de estos valores esenciales.

VIII. Recursos y Materiales Didácticos

Bibliografía

- ABRIL, Gonzalo (1997). Teoría general de la información. Madrid: Cátedra.
- ALONSO RIVAS, Javier & GRANDE ESTEBÁN, Ildefonso (2013). Comportamiento del consumidor. Madrid: ESIC Editorial.
- EGUIZABAL, Raúl. (2007). Teoría de la Publicidad. Madrid: Cátedra.
- ESTRELLA RAMON, Antonia & SEGOVIA LÓPEZ, Cristina (2016). Comunicación Integrada de marketing. Madrid: ESIC Editorial.
- KOTLER, Philip & AMSTRONG, Gary (2017). Fundamentos de marketing. Madrid: Editorial Pearson.
- MARTÍN SERRANO, Manuel (2007). Teoría de la Comunicación. Madrid: McGraw-Hill.
- RODRÍGUEZ ARDURA, Inma (Coord.) (2017). Estrategias y técnicas de Comunicación. Barcelona: OUC.
- SANTESMASES, Miguel, MERINO, María Jesús, SÁNCHEZ, Joaquín & PINTADO, Teresa (2010). Fundamentos de marketing. Madrid: Pirámide.
- SUTIL MARTÍN, Lucía (Coord.) (2013). Neurociencia, empresa y marketing. Madrid: ESIC Editorial.
- TROUT, Jack & RIES, Al (2004). Las 22 leyes inmutables del marketing. Madrid: McGraw-Hill.

VIII.2. Referencias web.

www.ted.com

www.elartedepresentar.com

IX. Profesorado

Nombre y Apellidos	José Rodríguez Terceño
Correo Electrónico	joserodriguez@eserp.com / josechavalet@gmail.com
Titulación Académica	Doctor en Comunicación (Ciencias de la Información)
Teléfono	696143838