



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

GUÍA DOCENTE

2026 - 2027

FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Fundamentos de Marketing/Fundamentals of Marketing
Código	E000015090
Título	Grado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Pontificia Comillas [GE-2 25]
Impartido en	Grado en Administración y Dirección de Empresas (E-2) [Segundo Curso] Grado en Administración y Dirección de Empresas y Grado en Derecho [Segundo Curso] Grado en Administración y Dirección de Empresas doble titulación internacional (E-4) [Segundo Curso] Grado en Administración y Dirección de Empresas y Grado en Relaciones Internacionales [Segundo Curso] Grado en Administración y Dirección de Empresas (E-2) - en inglés [Segundo Curso] Grado en Admin. y Dirección de Emp. y Grado en Análisis de Negocios/Bachelor in Business Analytics [Segundo Curso] Grado en Psicología + Grado en Administración y Dirección de Empresas [Segundo Curso]
Nivel	Reglada Grado Europeo
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	6,0 ECTS
Carácter	Básico
Departamento / Área	Departamento de Marketing
Responsable	Arancha Larrañaga Muguerza
Horario	2 bloques de 2 horas cada uno a lo largo de la semana lectiva, de lunes a viernes
Horario de tutorías	2 horas semana (a concretar a comienzo de curso)
Descriptor	La función marketing. El mercado. El producto. El precio. La distribución. La comunicación.

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	Andrea Hernández Valderrama
Departamento / Área	Departamento de Marketing
Correo electrónico	ahvalderrama@icade.comillas.edu
Profesor	
Nombre	Antonio Tena Blázquez
Departamento / Área	Departamento de Marketing
Despacho	Alberto Aguilera 23
Correo electrónico	atena@icade.comillas.edu
Profesor	
Nombre	Elvira Ferrer Bernal
Departamento / Área	Departamento de Marketing
Correo electrónico	eferrer@comillas.edu



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

GUÍA DOCENTE
2026 - 2027

Profesor	
Nombre	Javier Morales Mediano
Departamento / Área	Departamento de Marketing
Despacho	Alberto Aguilera 23 [C-222]
Correo electrónico	jmorales@icade.comillas.edu
Profesor	
Nombre	Laura Sierra Moral
Departamento / Área	Escuela de Ingeniería Agrícola y Agroambiental INEA
Despacho	Alberto Aguilera 23
Correo electrónico	lsierra@icade.comillas.edu
Profesor	
Nombre	Mencia Amalia De Garcillán López-Rúa
Departamento / Área	Departamento de Marketing
Correo electrónico	madegarcillan@icade.comillas.edu
Profesor	
Nombre	Milagros Gálvez Caja
Departamento / Área	Departamento de Marketing
Correo electrónico	mgalvez@comillas.edu
Profesor	
Nombre	Rosa María Reig Ramellat
Departamento / Área	Departamento de Marketing
Correo electrónico	rmreig@icade.comillas.edu

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura	
Resultados del proceso de formación y aprendizaje	
Conocimientos o contenidos	
CON01	Adquirir una base de conocimientos sólida y relevante sobre la disciplina científica y empresarial
CON02	Identificar y comprender distintas variables económicas que afectan a la empresa
CON16	Conocimiento de los conceptos y actividades encuadradas en la función del Marketing
Competencias	
CPT01	Gestionar información y datos para análisis crítico y diagnóstico empresarial



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

GUÍA DOCENTE

2026 - 2027

CPT02	Liderar equipos que impulsen proyectos innovadores con soluciones creativas
CPT03	Trabajar de forma autónoma, organizada y orientada a la acción y calidad
CPT05	Aplicar herramientas de marketing a productos reales mediante investigación
CPT15	Desarrollar y ejecutar un Plan Estratégico de Marketing
CPT18	Es capaz de encuadrar el Marketing como una función empresarial
CPT19	Es capaz de definir en que consiste la orientación al mercado
CPT20	Identifica y describe los conceptos fundamentales del Marketing
Habilidades o destrezas	
HAB01	Aplicar técnicas de análisis de datos para la toma de decisiones empresariales

BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

Contenidos – Bloques Temáticos

Tema 1: La función de marketing

Tema 2: El mercado

Tema 3: Producto

Tema 4: Precio

Tema 5: Distribución

Tema 6: Comunicación

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura

Aspectos metodológicos generales de la asignatura

La asignatura se desarrolla de dos maneras distintas: Una primera parte centrada en la adquisición de los conocimientos y las competencias propias. Y una segunda parte, consistente en trabajos sobre la materia dirigida al establecimiento de una relación emocional entre el alumno y la asignatura, trascendiendo el ámbito puramente cognitivo para intentar conseguir que el alumno “piense en marketing”.

Metodología Presencial: Actividades

1. Clases magistrales
2. Realización de Trabajos Dirigidos en el aula.
3. Exposiciones en público.



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

GUÍA DOCENTE
2026 - 2027

4. Actividades de refuerzo y complemento
5. Asistencia a tutorías
6. Realización de pruebas y exámenes

Metodología No presencial: Actividades

1. Preparación de los temas. Lectura previa
2. Lectura del material complementario recomendado
3. Estudio personal de la materia
4. Realización de ejercicios de autoevaluación
5. Realización de prácticas individuales
6. Preparación del material para las actividades complementarias

USO de IA

En este curso, se permite el uso tanto de herramientas de IA no generativa (como traductores, herramientas de escucha social o plataformas para identificar competidores y variables de referencia) como de herramientas de IA generativa (por ejemplo, Elicit, GPT, Scholar AI o LMNobook para apoyar la generación de ideas, el desarrollo del Customer Canvas, la comprensión del mercado y la competencia, el desarrollo de la segmentación, el target y el posicionamiento, la prueba con consumidores y la creación de los distintos tipos de valor).

Se fomenta un uso responsable y crítico.

El curso está clasificado como Nivel 3 en la Escala Institucional de Evaluación de la IA (Perkins et al., 2024), con condiciones especiales. Esto significa que los estudiantes pueden usar IA para colaborar en tareas específicas como redacción, revisión y evaluación de su trabajo, siempre que:

- evalúen críticamente y modifiquen cualquier contenido generado por IA,
- y documenten detalladamente el uso que hacen de la IA.

No se permite un uso irrestricto o sin control. Los estudiantes deben demostrar pensamiento crítico para garantizar la integridad académica y su propio aprendizaje.

- Para el uso de IA no generativa, los estudiantes deben indicar: qué herramientas utilizaron, en qué partes del trabajo y las palabras clave empleadas (si corresponde).
- Para el uso de IA generativa, deben especificar: las herramientas utilizadas, los prompts o instrucciones dadas y las secciones específicas del trabajo donde se aplicaron dichas herramientas.

En los trabajos en equipo y presentaciones en parejas en los que se haya utilizado IA, se requiere incluir una subsección llamada **"Esto no lo pudo hacer la IA"**, en la que se reflexione sobre:

- ¿Cuál es el valor creado por los humanos y cuál el creado por la IA?
- ¿Qué partes específicas han cambiado/no considerado/agregado respecto a la versión generada por la IA?
- Mostrar y reflexionar qué parte de este proyecto nunca podría haber hecho la IA — y por qué requería de ustedes.

Basado en su reflexión, véase:

Loaiza, I., & Rigobon, R. (2024). *The EPOCH of AI: Human-Machine Complementarities at Work*. Disponible en SSRN 5028371. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=5028371



Metodología Presencial: Actividades

Metodología Presencial: Actividades

1. Clases magistrales
2. Realización de Trabajos Dirigidos en el aula.
3. Exposiciones en público.
4. Actividades de refuerzo y complemento
5. Asistencia a tutorías
6. Realización de pruebas y exámenes

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES		
Lecciones de carácter expositivo	Trabajos monográficos y de investigación, individuales o colectivos	Ejercicios y resolución de casos y de problemas
32.00	24.00	4.00
HORAS NO PRESENCIALES		
Trabajos monográficos y de investigación, individuales o colectivos	Ejercicios y resolución de casos y de problemas	Estudio y lectura organizada
38.00	22.00	30.00
CRÉDITOS ECTS: 6,0 (150,00 horas)		

EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

El uso de IA para crear trabajos completos o partes relevantes, sin citar la fuente o la herramienta o sin estar permitido expresamente en la descripción del trabajo, será considerado plagio y regulado conforme al Reglamento General de la Universidad.

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
---------------------------	-------------------------	------



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

GUÍA DOCENTE

2026 - 2027

Examen de contenidos con preguntas de carácter teórico y teórico-práctico.	Conocimientos. Respuesta completa y correcta, adaptada a la pregunta tal y como se plantea, teniendo en cuenta incluso si los ejemplos serían los adecuados. 10% quiz y 40% examen. El quiz podrá realizarse en papel o a través de Moodle, en cuyo caso podrá activarse el bloqueo de pantalla a través de Respondus (Safe Exam Browser), siendo responsabilidad del alumno tenerlo habilitado para la realización de los exámenes en el dispositivo que emplee a tal fin. En el examen final escrito, el profesor se reserva el derecho de llamar hasta 5 alumnos a defender el examen oralmente justo después del examen escrito	50 %
Trabajos académicamente dirigidos a realizar en el aula y en grupo a lo largo del cuatrimestre	Una vez seleccionado el producto/marca por parte de cada grupo, para cada uno de los trabajos se tendrá en cuenta la elaboración y el diseño de las respuestas dadas (aplicación de conocimientos necesarios, documentación, análisis, planteamiento, expresión escrita y gráfica, etc.) a los ítems previstos y correspondientes	25 %
Activities: búsqueda, comentario y exposición o bien de una "experiencia/momento WOW" o bien de una Noticia o de un material proporcionado por el profesor.	Selección de Noticias o experiencias/momentos WOW de actualidad e interés, vigentes y relevantes, así como originales Relación/vinculación con el tema visto en clase y desarrollo del concepto explicado Exposición de ideas personales, reflexiones y aportaciones críticas Presentación en clase Capacidad de generar debate y comentarios Cumplimiento adecuado de las fechas de entrega	15 %



Participación e interés del alumno en todas las actividades relacionadas con el desarrollo de la asignatura	Asistencia habitual a clase. Comportamiento en el aula Participación proactiva en cualquier actividad realizada en el aula Participación en dinámicas y acciones relacionadas con diversos contenidos Búsqueda voluntaria de "buenos" ejemplos sobre los contenidos	10 %
---	---	------

Calificaciones

Para poder hacer el examen final de contenidos en la convocatoria ordinaria se tiene que haber realizado el resto de las actividades de evaluación, excepto si se tiene dispensa de escolaridad.

Es imprescindible que el alumno apruebe cada parte de la asignatura por separado con una nota igual o superior a 5 para poder hacer la media ponderada. Es decir hay que aprobar el Examen final con un 5.0. La media del resto de actividades con otro 5.0.

La asistencia se considera esencial. Por lo tanto, según las normas universitarias, una vez que el profesor verifique la ausencia del estudiante en un tercio de las clases o más y con suficiente antelación antes del examen correspondiente en la convocatoria ordinaria, se informará al estudiante de la pérdida de la oportunidad. El profesor informará de esto al Decano. El expediente del estudiante en la convocatoria ordinaria debe marcarse como "No presentado" (R.G. 93.3.).

Si el alumno no superara la asignatura en la convocatoria ordinaria, porque:

1. No ha superado los contenidos (examen), pero tiene un desempeño global suficiente tanto en los Trabajos Dirigidos como en las *Activities*: Deberá repetir el examen en convocatoria extraordinaria. Se mantendrán en este caso los porcentajes y las calificaciones obtenidas en la parte superada.
2. Sí ha superado los contenidos (examen), pero su rendimiento en los Trabajos Dirigidos y/o en las *Activities* ha sido insuficiente: Deberá realizar de nuevo los TD's y/o las A's (equivalente a 60 horas de trabajo personal para cada una de las partes prácticas suspendida –TD's y/o A's-) y asistir a una tutoría quincenal hasta la fecha de celebración del examen de la convocatoria extraordinaria. La calificación obtenida en las partes aprobadas se guardará y la calificación final de la convocatoria extraordinaria se calculará según los porcentajes establecidos para cada una de ellas.
3. No ha superado los contenidos (examen) ni los Trabajos Dirigidos ni las *Activities*: Deberá hacer el examen en la convocatoria extraordinaria y realizar un plan especial de prácticas (previamente preparado por el equipo docente y equivalente a 120 horas de trabajo personal para las dos partes prácticas suspendidas) y presentarlo el día previsto para el examen de la convocatoria extraordinaria o con anterioridad a dicha fecha, de acuerdo con lo acordado con el profesor.

En todos estos casos, la calificación que figurará en las Actas de la convocatoria ordinaria será siempre la obtenida en la parte no superada.

Los alumnos en tercera convocatoria deberán cursar de nuevo la asignatura completa. El programa que guiará cada convocatoria será el



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

GUÍA DOCENTE
2026 - 2027

vigente en cada año académico.

No obstante y sólo para aquellos alumnos que se encuentren en esta situación habiendo cursado realmente la asignatura, se les permitirá que opten o bien por la realización de un examen final de teoría y la presentación de un plan especial de prácticas o bien solo por la realización de un examen final de teoría.

ESTUDIANTES DE INTERCAMBIO de otra universidad.

Los estudiantes de intercambio (estudiantes entrantes) que deban regresar a su universidad de origen antes del final del semestre deben realizar el examen en la última semana en que estén aquí. Otras secciones se rigen de la misma manera que para los estudiantes ordinarios.

Nota: los alumnos E-4 no se consideran alumnos de intercambio para la aplicación de esta norma.

PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA

Actividades	Fecha de realización	Fecha de entrega
Trabajo Dirigido nº 1: Función Marketing+Mercado	Semana 5	Semana 5
Trabajo Dirigido nº 2: El producto y el precio	Semana 8	Semana 8
Trabajo Dirigido nº 3: Distribución y Comunicación	Semana 12	Semana 12

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

Libros: KOTLER, Philip y AMSTRONG, Gary (2018): Principios de Marketing, 17ª edición, Pearson Educación, S.A., Madrid C. V.

Páginas web: Marketing News, MarketingDirecto, Anuncios, Reason Why, Distribución Actualidad, CanalDis, Puro Marketing, Alimarket, Brandchannel

Otros materiales: Harvard Business Publishing. Core curriculum. Creating Customer value. Gupta, Suri (2019)

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2015). Value proposition design: How to create products and services customers want. John Wiley & Sons

Transparencias de cada tema, accesibles vía plataforma SIFO (Moodlerooms)

Bibliografía Complementaria

Libros

Kotler, P., Kartajaya, H. y Setiawan, I. (2026). *Marketing 7.0: A guide for thinking marketers in the age of AI*. Wiley.

Kotler, Keller, Brady, Goodman y Hansen, Marketing Management, 4th European Edition, Pearson Education

Kotler, P., Kartajaya, H., y Setiawan, I., Marketing 5.0: Tecnología para la Humanidad, Ed. Almuzara, Madrid 2021