



GUÍA DOCENTE 2025-2026
Marketing Industrial

1. Denominación de la asignatura:

MARKETING INDUSTRIAL

Titulación

Grado en Ingeniería de Organización Industrial

Código

9137

2. Materia o módulo a la que pertenece la asignatura:

Específica

3. Departamento(s) responsable(s) de la asignatura:

Ingeniería de Organización

4.a Profesor/a que imparte la docencia (Si fuese impartida por más de uno/a incluir todos/as) :

Miguel Ángel Camino López

4.b Coordinador/a de la asignatura

Miguel Angel Camino López

5. Curso y semestre en el que se imparte la asignatura:

Tercer curso - Quinto semestre

6. Tipo de la asignatura: (Básica, obligatoria u optativa)

Obligatoria



7. Número de créditos ECTS de la asignatura:

6

8. Competencias // Resultados de aprendizaje

Competencias Generales de Grado:

• Instrumentales:

GI-1 - Demostrar la capacidad de análisis y síntesis.

GI-2 - Demostrar habilidades para la planificación, organización y estrategia.

GI-4 - Expresarse correctamente en Castellano, tanto de forma oral como escrita.

GI-8 - Desarrollar la capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

GI-9 - Desarrollar la capacidad de búsqueda y gestión de la información.

*GI-10 - Poseer la capacidad para la toma de decisiones.

• Personales:

*GP-1 - Desarrollar el razonamiento crítico.

*GP-2 - Desarrollar las habilidades interpersonales.

*GP-3 - Desarrollar la capacidad de trabajo en equipo.

*GP-5 - Desarrollar la capacidad de trabajar en un equipo interdisciplinar.

*GP-6 - Adquirir compromiso con la ética y la responsabilidad social.

• Sistémicas

GS-1 - Desarrollar la capacidad de poner en práctica los conocimientos adquiridos.

GS-2 - Adquirir la capacidad de aprendizaje autónomo y preocupación por el saber y la formación permanente.

*GS-3 - Desarrollar la capacidad para la adaptación a nuevas situaciones.

GS-4 - Desarrollar la capacidad para generar nuevas ideas (creatividad).

*GS-5 - Demostrar capacidad de liderazgo.

GS-7 - Ser capaz de trabajar de forma autónoma.

GS-8 - Mostrar iniciativa y espíritu emprendedor.

*GS-9 - Mostrar motivación por la calidad y mejora continua.

Competencias Específicas de la Titulación:

• Disciplinarias y Académicas:

ED-29 - Conocimientos sobre planificación y desarrollo de nuevos productos y procesos

• Profesionales:

EP-1 - Capacidad para la Dirección General de empresas, especialmente empresas industriales o de servicios con un contenido tecnológico relevante.

EP-8 - Capacidad para la Gestión de Marketing y Comercial

* Competencia/Contenido de sostenibilización curricular



9. Programa de la asignatura

9.1- Objetivos docentes
Capacitar al alumno para: • La gestión del marketing industrial. • Adoptar las decisiones de comercialización de los productos y servicios de la empresa • Elaboración de planes de marketing. - Estudio e investigación de mercados. - Definición de mercado objetivo. - Proyección de nuevos productos. - Establecimiento de precios. - Diseño de sistemas de distribución. - Plan de comunicación de la empresa. • Medir la satisfacción del cliente.
9.2- Unidades docentes (Bloques de contenidos)
Marketing Industrial Introducción a la dirección comercial La función de marketing Mercado Producto Precio Distribución Comunicación Investigación comercial Satisfacción del cliente



9.3- Acceso a la Bibliografía Recomendada desde Leganto

https://leganto.ubu.es/leganto/public/34BUC_UBU/lists?courseCode=9137&auth=SAML

10. Metodología de enseñanza y aprendizaje y su relación con las competencias/resultados de aprendizaje que debe adquirir/alcanzar el/la estudiante:

Metodología	Competencia/resulta do de aprendizaje relacionado	Horas presenciales	Horas de trabajo	Total de horas
Clases teóricas	ED29, EP1, EP8	22	36	58
Clases prácticas	GI1, GI2, GI4, GI5, GI8, GI10, GP1, GP2, GP3, GP5, GP6, GS5, GS8, GS9, ED29, EP1, EP8	22	36	58
Seminarios, Debates, Tutorías, ...	GI1, GI2, GI4, GI8, GI9, GP1, GS1, GS2, GS3, GS4, GS7, ED29, EP1, EP8	4	15	19
Realización de trabajos, Informes, Memorias y Pruebas de Evaluación	GI1, GI2, GI4, GS1, GS2, ED29, EP1, EP8	6	9	15
Total		54	96	150



11. Sistemas de evaluación:

El sistema de evaluación para estudiantes de intercambio deberá ser modificado en el supuesto de que los calendarios académicos de las universidades de origen y de destino no sean coincidentes

Procedimiento	Peso primera convocatoria	Peso segunda convocatoria
Evaluación continua	15 %	15 %
Exposición en clase	15 %	15 %
Evaluaciones periódicas de prácticas	30 %	30 %
Prueba final (nota mínima de 4 para superar la asignatura)	40 %	40 %
Total	100 %	100 %

Evaluación excepcional:

Presentación y Evaluación de las prácticas realizadas en el curso (30%). Exposición oral de adquisición de competencias y conocimientos (30%). Prueba escrita (40%). “El sistema de evaluación para estudiantes de intercambio deberá ser modificado en el supuesto de que los calendarios académicos de las universidades de origen y de destino no sean coincidentes.”

12. Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial:

- o Pizarra y Proyector.
- o Aula de ordenadores para determinadas prácticas.
- o Páginas Webs relacionadas.
- o Bibliografía disponible en la Biblioteca.
- o Aplicaciones interactivas en la Plataforma UBUvirtual.
- o Tutorías individualizadas o en grupo a demanda de los alumnos.

13. Calendarios y horarios:

El calendario aprobado por la Junta de Escuela de la Escuela Politécnica Superior y los horarios publicados en los tablones oficiales de la E.P.S.

14. Idioma en que se imparte:

Español