

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	INFLUENCIA E IMPACTO RELACIONAL
Titulación	GRADO DE MARKETING
Escuela/Facultad	CIENCIAS SOCIALES
Curso	SEGUNDO
ECTS	6 ECTS
Carácter	OBLIGATORIO
Idioma/s	CASTELLANO
Modalidad	PRESENCIAL
Semestre	1er SEMESTRE
Curso académico	2025/26
Docente coordinador	ALICIA RABADÁN LORENZO
Docente	ALICIA RABADÁN LORENZO

2. PRESENTACIÓN

La asignatura Influencia e impacto relacional es una asignatura transversal que se imparte en todos los grados que se basa en el aprendizaje de inteligencias múltiples. El alumno al finalizar habrá trabajado competencias personales y profesionales, habrá aumentado su autoconocimiento, habrá aprendido a asumir la responsabilidad con realismo y actitud positiva hacia la búsqueda de empleo.

La importancia de la materia dentro del plan de estudios es clave, pues los futuros profesionales, necesitan ser capaces de influir e impactar en su entorno profesional, comunicándose con solvencia y adaptándose a diversas situaciones y públicos, para desarrollar su trabajo.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

- CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

Competencias transversales:

- CT03 - Trabajo en equipo: Capacidad para integrarse y colaborar de forma activa con otras personas, áreas y/u organizaciones para la consecución de objetivos comunes.
- CT07 - Liderazgo: Ser capaz de orientar, motivar y guiar a otras personas, reconociendo sus capacidades y destrezas para gestionar eficazmente su desarrollo y los intereses comunes.
- CT08 - Espíritu emprendedor: Capacidad para asumir y llevar a cabo actividades que generan nuevas oportunidades, anticipan problemas o suponen mejoras.

Competencias específicas:

- CE10 - Capacidad para aplicar las técnicas que, orientadas hacia el marketing, permitan a la empresa emprender y liderar de manera respetuosa con los valores democráticos.
- CE16 - Habilidad para producir estrategias de negocio corporativas, competitivas y de comunicación de la empresa para aplicarlas a las acciones de marketing de segmentación, posicionamiento, crecimiento, e innovación.
- CE17 - Capacidad para organizar el trabajo de forma que se cumplan los hitos establecidos, estimando correctamente los tiempos de desarrollo de las acciones propuestas en el plan de marketing.
- CE20 - Capacidad para seleccionar las herramientas del mix de comunicación y marketing digital y de redes y aplicar las más adecuadas en función del mercado objetivo.

Resultados de aprendizaje:

El estudiante, al superar la materia, será capaz de:

- Reconocer la importancia de la comunicación en el ejercicio profesional.
- Utilizar estrategias para comunicarse de manera efectiva, tanto de manera oral como escrita.
- Aplicar habilidades de comprensión interpersonal en diferentes contextos.
- Respetar las normas de comunicación en entornos multiculturales
- Tomar conciencia de sí mismo y controlar sus emociones.
- Escuchar con atención, observar y percibir lo que no es manifiesto en las relaciones interpersonales.
- Comprender actitudes, intereses, necesidades y perspectivas de los otros.
- Orientarse hacia el desarrollo de los demás.
- Interpretar hechos y situaciones desde distintos puntos de vista.
- Identificar nuevas oportunidades y resistencias a los cambios.
- Tomar decisiones razonadas en momentos de incertidumbre.
- Adecuar su comportamiento a distintas situaciones.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB4, CE20	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocer la importancia de la comunicación en el ejercicio profesional. • Utilizar estrategias para comunicarse de manera efectiva, tanto de manera oral como escrita. • Aplicar habilidades de comprensión interpersonal en diferentes contextos. • Respetar las normas de comunicación en entornos multiculturales • Tomar conciencia de sí mismo y controlar sus emociones.
CT03, CT07, CE10	<ul style="list-style-type: none"> • Escuchar con atención, observar y percibir lo que no es manifiesto en las relaciones interpersonales.

	<ul style="list-style-type: none"> • Comprender actitudes, intereses, necesidades y perspectivas de los otros. • Orientarse hacia el desarrollo de los demás.
CT08, CE10, CE16, CE17	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretar hechos y situaciones desde distintos puntos de vista. • Identificar nuevas oportunidades y resistencias a los cambios. • Tomar decisiones razonadas en momentos de incertidumbre. • Adecuar su comportamiento a distintas situaciones.

4. CONTENIDOS

- La comunicación en el ámbito profesional: importancia, estrategias habilidades.
- Normas de comunicación en entornos multiculturales.
- La inteligencia emocional en las relaciones interpersonales: desarrollar habilidades de comunicación. Interpretar entornos empresariales cambiantes con el fin de desarrollar el entorno personal y empresarial, para facilitar la toma de decisiones.
- El éxito del cambio: La capacidad de adaptación y la gestión del cambio.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Método del caso.
- Aprendizaje Basado en Problemas (ABP).
- Aprendizaje Basado en proyectos.

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Actividad formativa	Número de horas
Tutoría	6 h
Clases magistrales	20 h
Clases magistrales asíncronas	10 h
Trabajo autónomo	36 h
Análisis de casos, resolución de problemas	30 h
Pruebas de conocimientos	3 h
Debates y discusión	15 h
Revisión y análisis de materiales	30 h
TOTAL	150

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
Prueba de conocimiento	25%
Análisis de casos y resolución de problemas	30%
Proyectos	30%
Observación del desempeño	15%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 de media ponderada, de acuerdo con el sistema de evaluación establecido en el punto 7.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 5,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria extraordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 5,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Análisis reflexivo (10%)	Semanas 1-14
Análisis de caso grupal (APB) / Otras dinámicas o metodologías (20%)	Semanas 1-14
Proyecto grupal (30%)	Semanas 14-15
Participación en debates y foros (15%)	Todas las semanas
Prueba de conocimiento final (25%)	Enero 2026

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

Las obras recomendadas para el seguimiento de la asignatura son:

- Carnegie, D. (2022). *How to win friends and influence people*. DigiCat.
- Covey, S.M., Kasperson, D., McKinlee, C. & Jud, G.T. (2023). *Confiar e Inspirar*. Editorial Paidós.
- Davenport, T. & Pusak, L. (1998). *Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know*. Harvard Business School Press.
- Gardner, H. (2016). *Estructuras de la mente: la teoría de las inteligencias múltiples*. Fondo de cultura económica.
- Goleman, D. (1996). Emotional intelligence. Why it can matter more than IQ. *Learning*, 24(6), 49-50.
- Goleman, D. (1998). *Working with emotional intelligence*. Bantam.
- Guillén, M. (2006). *Ética en las organizaciones*. Pearson Prentice Hall.
- Guillén, M. (2021). *Motivation in Organisations. Searching for a Meaningful Work-Life Balance*.
- Havard, A. (2010). *Liderazgo virtuoso: las virtudes clásicas, base de la excelencia personal*.
- Sinek, S. (2014). *Leaders eat last: Why some teams pull together and others don't*. Penguin.
- Sharma, R. (2021). *El líder que no tenía cargo*. Debolsillo.

10. UNIDAD DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Desde la Unidad de Orientación Educativa, Diversidad e Inclusión (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:

orientacioneducativa.uev@universidadeuropea.es

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tú opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.