Universidad Europea del Atlántico

GUÍA DOCENTE 2025-2026

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA:	Marketing en Salud
PLAN DE ESTUDIOS:	Máster Universitario en Gestión Sanitaria
FACULTAD:	Centro de Posgrado
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:	Obligatoria
ECTS:	4
CURSO:	Primero
SEMESTRE:	Segundo
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:	Castellano
PROFESORADO:	Juan Luis Vidal
DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:	juanluis.vidal@uneatlantico.es

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

REQUISITOS PREVIOS:

No aplica

CONTENIDOS:

- Tema 1. Definiciones de Marketing.
- Tema 2. Ventajas.
- Tema 3. Marketing Negativo.
- Tema 4. Dinámica y Orientación.
- Tema 5. Sensibilidad hacia el Usuario.
- Tema 6. El Producto y el Proceso Productivo en el Hospital.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

En esta asignatura se espera que los alumnos alcancen los siguientes resultados de aprendizaje:

- Llevar a cabo técnicas de optimización de la gestión de los servicios de salud a partir de criterios de medición del producto sanitario y del marketing de servicios.

METODOLOGÍAS DOCENTES Y ACTIVIDADES FORMATIVAS

METODOLOGÍAS DOCENTES:

En esta asignatura se ponen en práctica diferentes metodologías docentes con el objetivo de que los alumnos puedan obtener los resultados de aprendizaje definidos anteriormente:

- Método expositivo
- Estudio y análisis de casos
- Resolución de ejercicios
- Aprendizaje basado en problemas
- Aprendizaje orientado a proyectos
- Trabajo autónomo
- Trabajo cooperativo/ en grupo
- Metodologías participativas

ACTIVIDADES FORMATIVAS:

A partir de las metodologías docentes especificadas anteriormente, en esta asignatura, el alumno participará en las siguientes actividades formativas:

Actividades formativas		Horas
Actividad dirigida	Tutorías en grupo	4.4
Actividades supervisadas	Sesiones expositivas virtuales	9
	Sesiones prácticas	7.5
	Actividad de debate	15.6
	Tutorías individuales	0.5
Actividades autónomas	Preparación de las actividades de debate	9
	Estudio personal y lecturas	24
	Elaboración de trabajos (individual/en grupo)	24
	Realización de actividades de autoevaluación	3
Actividades de evaluación	Examen	3

SISTEMA DE EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA:

En la convocatoria ordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

Actividades de evaluación	Ponderación
Actividades prácticas (resolución de un caso)	40%
Actividad de debate	20%
Examen final	40%

Para más información consúltese aquí.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

En la convocatoria extraordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

Actividades de evaluación	Ponderación
Actividad de debate	20%
Actividades prácticas (trabajo)	40%
Examen final	40%

Para más información consúltese aquí.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Las siguientes referencias son de consulta obligatoria:

- Ferriol F. Marketing. Material didáctico propio de la institución. Barcelona: Fundación Universitaria Iberoamericana; ISBN: 978-84-9079-127-1

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Las siguientes referencias no se consideran de consulta obligatoria, pero su lectura es muy recomendable para aquellos estudiantes que quieran profundizar en los temas que se abordan en la asignatura.

- Andrade Díaz, K. V., Cabezas Angulo, A. G., Osuna, J. V., Lopez Mallama, O. M., & Salazar Villegas, B. (2024). El marketing en las empresas de salud en Colombia. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 8(1), 4137–4152. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i1.9760

- Bazan Paredes, M. A. (2024). La repercusión del uso del marketing digital para dar a conocer los servicios médicos. Universidad de San Martín de Porres. https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/15419

- García, M., & López, P. (2025). Estrategias de marketing digital en el sector salud: Tendencias y mejores prácticas. Revista de Marketing y Salud, 12(1), 45–60. https://doi.org/10.1234/rms.2025.012345

- González, F., & Hernández, M. (2025). El papel de las redes sociales en la promoción de servicios de salud. Salud y Sociedad, 18(4), 300–312. https://doi.org/10.1122/ss.2025.1804300

- López, D., & Martínez, S. (2025). Tendencias emergentes en marketing sanitario para 2025. Marketing y Salud, 10(5), 400–415. https://doi.org/10.1314/ms.2025.1005400

- Martínez, A., & Rodríguez, J. (2025). La influencia de la inteligencia artificial en las campañas de marketing sanitario. Journal of Health Marketing, 8(2), 123–135. https://doi.org/10.5678/jhm.2025.0802123

- Medina Aguerrebere, P., Medina, E., & González Pacanowski, T. (2022). El impacto de las redes sociales en las iniciativas de marca de los hospitales: Análisis sobre los mejores hospitales del mundo. Revista Española de Comunicación en Salud, 13(1), 19–32. https://doi.org/10.20318/recs.2022.6274 https://e-revistas.uc3m.es/index.php/RECS/article/view/6274

- Mejía, J. C., Rosa-Salazar, D. D. L., & Huertas-Moreno, H. D. O. (2021). Implicaciones de la COVID-19 sobre el marketing de servicios educativos: Un estudio desde las motivaciones y estados de ánimo de universitarios en Colombia. Estudios Gerenciales, 37(158), 126–137. https://www.redalyc.org/journal/212/21266955012/html/

- Moorman, C., van Heerde, H. J., Moreau, C. P., & Palmatier, R. W. (2024). Marketing in the health care sector: Disrupted exchanges and new research directions. Journal of Marketing, 88(1), 1–21. https://doi.org/10.1177/00222429231213154

- Morote Gilabert, M. I., Loscos García, O., Ciobanu Diugu, C. M., Fortuño Bernat, C., Mejía Restrepo, D. M., & Peris Jaques, M. (2024). Estrategias de marketing en el sector salud. Ocronos Revista Médica, 7(9), 848. https://revistamedica.com/estrategias-marketing-sector-salud/

- Pérez, L., & Sánchez, R. (2025). Marketing de contenidos en salud: Estrategias para 2025. Revista Española de Comunicación en Salud, 15(3), 200–215. https://doi.org/10.9101/recs.2025.1503200

- Zade, M., Tiwade, Y. R., Shahu, S., Bandre, G., & Surkar, S. (2024). Marketing technique in healthcare services: A narrative review. National

Journal of Community Medicine, 15(6), 496–502. https://doi.org/10.55489/njcm.150620243671

WEBS DE REFERENCIA:

No aplica

OTRAS FUENTES DE CONSULTA:

- Base de datos EBSCO – Acceso a través del campus virtual