

FACULTAD DE CC.SS. Y DE LA COMUNICACIÓN

ADENDA

TITULACIÓN	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
ASIGNATURA	MACROECONOMÍA
CÓDIGO	31307012
COORDINACIÓN	M ^º del Rosario Marín Muñoz
Nº DE CRÉDITOS	6

ACTIVIDADES FORMATIVAS CON SUS CRÉDITOS ECTS:		
ACTIVIDADES INICIALES DOCENCIA PRESENCIAL	Nº de horas	ACTIVIDADES FORMATIVAS PROPUESTAS DOCENCIA NO PRESENCIAL (A)
MD1.- CLASES PRESENCIALES DE TEORÍA	40	
MD3, MD4.- CLASES PRESENCIALES DE PRÁCTICAS (Clases prácticas de problemas y/o casos; Prácticas de campo)	8	
MD7, MD9.- OTRAS ACTIVIDADES PRESENCIALES		
MD11.- EVALUACIÓN	3	
TRABAJO AUTÓNOMO DEL ALUMNO	99	

SISTEMAS DE EVALUACIÓN DE ADQUISIÓN DE COMPETENCIAS			
SISTEMA INICIAL	Ponderación	SISTEMA UTILIZADO (B)	Ponderación
SE1. Asistencia y participación en clases			
SE2. Ensayo Trabajo individual o en grupo	10%	Se guarda la calificación obtenida en este apartado hasta septiembre	10%
SE3. Cuestionarios on line	10%	Se guarda la calificación obtenida en este apartado hasta septiembre	10%
SE4. Prueba de contenidos	80%	Cuestionarios on line	80%

TUTORIAS	A través del Campus Virtual de la asignatura
REVISIÓN DE CALIFICACIONES	A través del Campus Virtual de la Asignatura. Bien por correo electrónico o a través de la herramienta BBB.