

FACULTAD DE CC.SS. Y DE LA COMUNICACIÓN

ADENDA

TITULACIÓN	Grado en Marketing e Investigación de Mercados
ASIGNATURA	Comunicación Comercial ii
CÓDIGO	31307025
COORDINACIÓN	Juan Antonio García Ordóñez
Nº DE CRÉDITOS	6

ACTIVIDADES FORMATIVAS CON SUS CRÉDITOS ECTS:	
ACTIVIDADES INICIALES DOCENCIA PRESENCIAL	Nº de horas
MD1.- CLASES PRESENCIALES DE TEORÍA	32
MD3, MD4.- CLASES PRESENCIALES DE PRÁCTICAS (Clases prácticas de problemas y/o casos; Prácticas de campo)	16
MD7, MD9.- OTRAS ACTIVIDADES PRESENCIALES	
MD11.- EVALUACIÓN	2
TRABAJO AUTÓNOMO DEL ALUMNO	96

SISTEMAS DE EVALUACIÓN DE ADQUISIÓN DE COMPETENCIAS		
SISTEMA INICIAL	Ponderación	SISTEMA UTILIZADO (B)
SE1. Asistencia y participación en clases	20%	Se controla mediante el Registro del Campus Virtual. 20%
SE2. Ensayo Trabajo individual o en grupo	10%	Sin variaciones, se abrirá la tarea en el Campus Virtual. 20%
SE3. Resolución de casos prácticos	20%	Trabajo de Investigación Grupal. Se colgará en el Campus Virtual.20%
SE4. Prueba de contenidos	50%	Examen tipo test mediante Campus Virtual con tiempo controlado. 40% (Es necesario obtener al menos 4 puntos sobre 10 en el examen, para poder superar la asignatura y que se compute el resto de apartados)

TUTORIAS	Correo electrónico
REVISION DE CALIFICACIONES	Revisiones individuales a través de BigBlueButton, si no pudiesen ser presenciales.