

## FACULTAD DE CC.SS. Y DE LA COMUNICACIÓN

### ADENDA

TITULACIÓN	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
ASIGNATURA	Fuerza de Ventas
CÓDIGO	31307029
COORDINACIÓN	Carlos M. López Tejeda
Nº DE CRÉDITOS	6

ACTIVIDADES FORMATIVAS CON SUS CRÉDITOS ECTS:		
ACTIVIDADES INICIALES DOCENCIA PRESENCIAL	Nº de horas	ACTIVIDADES FORMATIVAS PROPUESTAS DOCENCIA NO PRESENCIAL
MD1.- CLASES PRESENCIALES DE TEORÍA	32	Asignatura impartida en el primer cuatrimestre- Las actividades y evaluación del primer semestre se mantienen sin cambio, si bien se modifica el carácter presencial del examen por una modalidad on-line.
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	100	

SISTEMAS DE EVALUACIÓN DE ADQUISIÓN DE COMPETENCIAS			
SISTEMA INICIAL	Ponderación	SISTEMA UTILIZADO	Ponderación
Asistencia y participación en clases	10%		
Entrega planificada de actividades	30%		
Defensa de trabajos	10%		
SE4. Prueba de contenidos	50%		100%

TUTORIAS	Mediante los espacios previstos al efecto en el campus virtual: correo y foros.
REVISION DE CALIFICACIONES	Mediante videoconferencia en la fecha que se fije en el campus virtual, previa solicitud del alumno.
EVALUACIÓN 100%	Aquellos alumnos/as, que soliciten la evaluación al 100% (no continua) deberán desarrollar un trabajo individual que deberán entregar el día del examen y una prueba escrita on line, a través del campus virtual. El trabajo consistirá en el desarrollo de una Investigación de mercados, sobre un tema que se les proporcionará.