

FACULTAD DE CC.SS. Y DE LA COMUNICACIÓN

ADENDA

TITULACIÓN	Grado en Marketing e Investigación de Mercados
ASIGNATURA	Fundamentos de Marketing Internacional
CÓDIGO	31307031
COORDINACIÓN	Rafael Cano Tenorio (en sustitución de Diego Gómez Carmona)
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	32	Los contenidos no se modifican, las sesiones se celebrarán mediante la aplicación BigBlueButton que figura en el CampusVirtual.
MD3, MD4.- CLASES PRESENCIALES DE PRÁCTICAS (Clases prácticas de problemas y/o casos; Prácticas de campo)	16	
MD7, MD9.- OTRAS ACTIVIDADES PRESENCIALES	4	
MD11.- EVALUACIÓN	2	
TRABAJO AUTÓNOMO DEL ALUMNO	96	

SISTEMAS DE EVALUACIÓN DE ADQUISIÓN DE COMPETENCIAS			
SISTEMA INICIAL	Ponderación	SISTEMA UTILIZADO (B)	Ponderación
SE1. Asistencia y participación en clases	10%	Control de los alumnos mediante el Registro del Campus Virtual que permite saber si se ha accedido a las sesiones docentes.	10%
SE2. Ensayo Trabajo individual o en grupo			
SE3. Resolución de casos prácticos	30%	Sin variaciones. Se realizará seguimiento con sesiones con BigBlueButton.	30%
SE4. Prueba de contenidos	60%	Trabajos de clase a resolver en sesiones BigBlueButton que posteriormente serán corregidos.	60%

TUTORIAS	Mediante correos electrónicos o videoconferencias.
REVISIÓN DE CALIFICACIONES	Videoconferencias concertadas.