

FACULTAD DE CC.SS. Y DE LA COMUNICACIÓN

ADENDA

TITULACIÓN	Grado en Marketing e Investigación de Mercados
ASIGNATURA	Creatividad y Casos Prácticos de Marketing
CÓDIGO	31307041
COORDINACIÓN	Juan Antonio García Ordóñez
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 Campus Virtual. El control se realizará mediante las herramientas del Campus Virtual.
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 ADQUISICIÓN 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. 10%
SE3. Resolución de casos prácticos	20%	Trabajo de Investigación Grupal. Se colgará en el Campus Virtual. 30%
SE4. Prueba de contenidos	50%	Examen tipo test mediante Campus Virtual con tiempo controlado. 40% (Es necesario, que el alumno/a obtenga al menos 4 puntos sobre 10 en el examen, para que se le compute el resto de apartados de su nota, y pueda superar la asignatura).

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