

FACULTAD DE CC.SS. Y DE LA COMUNICACIÓN

ADENDA

TITULACIÓN	Grado en Marketing e Investigación de Mercados
ASIGNATURA	Plan de marketing
CÓDIGO	31307043
COORDINACIÓN	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	No hay cambios. Al ser una asignatura de primer cuatrimestre, cuyo período lectivo de docencia ya ha finalizado, se modifica tan sólo la evaluación en el apartado de prueba de contenidos, que pasa a realizarse en modalidad online
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)	Ponderación
SE1. Asistencia y participación en clases	10%	No hay cambios. Ya evaluado en período lectivo	10%
SE2. Ensayo Trabajo individual o en grupo		No hay cambios. Ya evaluado en período lectivo	
SE3. Resolución de casos prácticos			
SE4. Prueba de contenidos	90%	Prueba objetiva final online, según los criterios ya establecidos. En el campus virtual se especificarían los detalles sobre hora, tiempo e instrucciones para realización de la prueba. Para las convocatorias de junio y septiembre se podrá solicitar la evaluación global consistente en una prueba teórica (45%) y práctica (45%) realizada de forma online. La prueba podría ser presencial en cualquiera de las convocatorias, si las circunstancias lo permiten, por decisión de los profesores.	90%

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