

FACULTAD DE CC.SS. Y DE LA COMUNICACIÓN

ADENDA

TITULACIÓN	GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS
ASIGNATURA	MARKETING Y GESTIÓN DE CUENTAS
CÓDIGO	31309016
COORDINACIÓN	José Berenguel Fdez.
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. Como herramientas se podrán utilizar: Videoconferencias (BigBlueButton), Presentaciones PPT, Chats , foros de consulta, correos electrónicos,..
MD3, MD4.- CLASES PRESENCIALES DE PRÁCTICAS (Clases prácticas de problemas y/o casos; Prácticas de campo)	16	
MD7, MD9.- OTRAS ACTIVIDADES PRESENCIALES		
MD11.- EVALUACIÓN	3	Ver cuadro evaluación
TRABAJO AUTÓNOMO DEL ALUMNO	99	

SISTEMAS DE EVALUACIÓN DE ADQUISIÓN DE COMPETENCIAS			
SISTEMA INICIAL	Ponderación	SISTEMA UTILIZADO (B)	Ponderación
SE1. Asistencia y participación en clases	10%	Este apartado ya se evaluó presencialmente con la participación e interacción en la resolución de casos prácticos.	10%
SE2. Ensayo Trabajo individual o en grupo	20%	Entrega a través del campus virtual del trabajo final en grupo previsto en la planificación de la asignatura.	20%
SE3. Resolución de casos prácticos	10%	Entrega a través del campus virtual (en tiempo y forma) de los trabajos prácticos previstos en la planificación de la asignatura.	10%
SE4. Prueba de contenidos	60%	Examen tipo test de 20 preguntas teórico-prácticas, con cuatro posibles respuestas. Se realizará en la fecha y hora oficiales. Se establecerá un formato de examen online, secuencial (no se podrá navegar por las preguntas) y con tiempo limitado. Es necesario aprobar este examen para sumar la nota (ponderada) al resto de calificaciones.	60%

TUTORIAS	Mediante correo electrónico (campus virtual)
REVISIÓN DE CALIFICACIONES	Mediante correo electrónico (campus virtual)