

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

## ADENDA

TITULACIÓN	MASTER EN DIRECCIÓN DE MARKETING DIGITAL Y SOCIAL
ASIGNATURA	CREACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS EN ENTORNOS DIGITALES
CÓDIGO	1363001
COORDINACIÓN	SALUSTIANO MARTÍNEZ FIERRO
Nº DE CRÉDITOS	2,5

ACTIVIDADES FORMATIVAS CON SUS CRÉDITOS ECTS:		
ACTIVIDADES INICIALES DOCENCIA PRESENCIAL	Nº de horas	ACTIVIDADES FORMATIVAS PROPUESTAS DOCENCIA NO PRESENCIAL
Asistencia a clases de teoría y práctica	18	NO SE MODIFICAN, ASIGNATURA IMPARTIDA EN EL PRIMER SEMESTRE
Elaboración de trabajos individuales y/o en grupos	42,5	
Tutorías individuales/grupo	2	
EVALUACIÓN		VER TABLA DE SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMAS DE EVALUACIÓN DE ADQUISIÓN DE COMPETENCIAS			
SISTEMA INICIAL	Ponderación	SISTEMA UTILIZADO	Ponderación
Asistencia y participación	10%	Asistencia y participación	10%
Trabajo en grupos	90%	Trabajo en grupos. Se solicitará a los alumnos que deseen concurrir a próximas convocatorias un trabajo similar.	90%

TUTORIAS	Electrónicas en campus virtual
REVISION DE CALIFICACIONES	Herramientas de teledocencia del campus virtual: Correo electrónico

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

### ADENDA

TITULACIÓN	MASTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING DIGITAL Y SOCIAL
ASIGNATURA	INSTRUMENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN DIGITAL
CÓDIGO	1363002
COORDINACIÓN	CÉSAR SERRANO DOMÍNGUEZ
Nº DE CRÉDITOS	2,5

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	9	No hay cambios. Asignatura ya impartida
MD3, MD4.- CLASES PRESENCIALES DE PRÁCTICAS (Clases prácticas de problemas y/o casos; Prácticas de campo)	9	
MD7, MD9.- OTRAS ACTIVIDADES PRESENCIALES	2	
MD11.- EVALUACIÓN		
TRABAJO AUTÓNOMO DEL ALUMNO	42,5	

SISTEMAS DE EVALUACIÓN DE ADQUISIÓN DE COMPETENCIAS			
SISTEMA INICIAL	Ponderación	SISTEMA UTILIZADO (B)	Ponderación
SE1. Asistencia y participación en clases	20%	No hay cambios	
SE2. Ensayo Trabajo individual o en grupo	80%	No hay cambios	
SE3. Resolución de casos prácticos			
SE4. Prueba de contenidos			

TUTORIAS	De forma virtual a través de los medios telemáticos disponibles, previa solicitud del alumno. Podrá ser presencial si las circunstancias lo permiten.
REVISIÓN DE CALIFICACIONES	De forma virtual a través de los medios telemáticos disponibles, previa solicitud del alumno. Podrá ser presencial si las circunstancias lo permiten.

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

### ADENDA

TITULACIÓN	MÁSTER EN MARKETING DIGITAL Y SOCIAL
ASIGNATURA	HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS PARA EL MARKETING DIGITAL
CÓDIGO	1363003
COORDINACIÓN	MANUEL FERNANDEZ BARCELL
Nº DE CRÉDITOS	4,5

ACTIVIDADES FORMATIVAS CON SUS CRÉDITOS ECTS:		
ACTIVIDADES INICIALES DOCENCIA PRESENCIAL	Nº de horas	ACTIVIDADES FORMATIVAS PROPUESTAS DOCENCIA NO PRESENCIAL
MD1.- CLASES PRESENCIALES DE TEORÍA		Se mantendrán los mismos contenidos así como el número de horas previstas para las actividades presenciales por ser una asignatura del primer cuatrimestre
MD3, MD4.- CLASES PRESENCIALES DE PRÁCTICAS (Clases prácticas de problemas y/o casos; Prácticas de campo)	36	
MD7, MD9.- OTRAS ACTIVIDADES PRESENCIALES	2	
MD11.- EVALUACIÓN	2	Ver cuadro inferior de Evaluación
TRABAJO AUTÓNOMO DEL ALUMNO	85	Estudio personal de los contenidos del curso y realización de trabajos individuales o en grupo fuera del aula

SISTEMAS DE EVALUACIÓN DE ADQUISIÓN DE COMPETENCIAS			
SISTEMA INICIAL	Ponderación	SISTEMA UTILIZADO	Ponderación
SE1. Asistencia y participación en clases		Se requiere una asistencia del 80%	
SE2. Ensayo Trabajo individual o en grupo	70%	Entrega de tareas en campus virtual	70%
SE3. Resolución de casos prácticos			
SE4. Prueba de contenidos	30%	Examen final teórico-práctico a desarrollar a través del Campus Virtual	30%

TUTORIAS	A través del CV, del correo, Google Meet...
REVISIÓN DE CALIFICACIONES	Las calificaciones se comunicarán a través de las preactas, actas, campus virtual y la revisión se hará a través de herramientas de comunicación del Campus virtual

### Adenda a la ficha 1B

Incluye la información de la ficha de la asignatura que se encuentra en la Memoria del título y **sombreadas** las variaciones que el docente ha establecido para la adaptación a la docencia excepcionalmente no presencial.

TITULACIÓN	MASTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING DIGITAL Y SOCIAL
ASIGNATURA	Tendencias, procesos y problemas sociales en la sociedad del siglo XXI
CÓDIGO	1363004
COORDINACIÓN (Área y Departamento)	Coordinador: Jacinto M. Porro Gutiérrez. Docentes: Eva Bermúdez Figueroa, Carlos gago Hurtado, Miguel Ángel González Sánchez, María Antonia Ribon, Seisdedos y Jacinto M. Porro Gutiérrez
Nº DE CRÉDITOS	2,5
CUATRIMESTRE	1º

ACTIVIDADES FORMATIVAS CON SUS CRÉDITOS ECTS (a modo de ejemplo):		
ACTIVIDADES INICIALES DOCENCIA PRESENCIAL	Nº de horas	ACTIVIDADES FORMATIVAS PROPUESTAS DOCENCIA NO PRESENCIAL (A)
CLASES PRESENCIALES DE TEORÍA	18	Se mantendrán los mismos contenidos, así como el mismo nº de horas previstas para la actividad presencial, pero en formato <i>on line</i> , en las horas asignadas a la asignatura en la planificación docente aprobada. Como herramientas se utilizarán: Presentación PPT y Correos electrónicos.
TRABAJO AUTÓNOMO DEL ALUMNO	42,5	
TUTORÍAS	2	

SISTEMAS DE EVALUACIÓN DE ADQUISIÓN DE COMPETENCIAS (a modo de ejemplo)			
SISTEMA INICIAL	Ponderación	SISTEMA UTILIZADO (B)	Ponderación
SE1. Ensayo Trabajo individual o en grupo	100%	Ensayo Trabajo individual	100%

EJERCICIOS ORALES	-
PRUEBA FINAL	Se mantiene la prueba final prevista
TUTORIAS	Correo electrónico
REVISION DE CALIFICACIONES	Campus Virtual y correo electrónico

(A) Indicar (solo asignaturas del 2º cuatrimestre):

- Si se han tenido que adaptar los contenidos
- En las asignaturas que requieran uso de laboratorio, campo de prácticas, taller o similares, la adaptación, si es posible, a la modalidad virtual.
- Las actividades formativas que se van a aplicar.
- Si existen cambios en la planificación y calendario de las actividades.
- Cualquier otra adaptación o situación de interés.

(B) Indicar (todas las asignaturas):

- Modificaciones en la modalidad y contenido de la evaluación.
- Variaciones en la ponderación en los sistemas inicialmente propuestos si se mantienen.
- Ponderación de los nuevos sistemas de evaluación propuestos.

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

### ADENDA

TITULACIÓN	MASTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING DIGITAL Y SOCIAL
ASIGNATURA	Aplicaciones de Marketing Social
CÓDIGO	1363005
COORDINACIÓN	Juan José Mier-Terán
Nº DE CRÉDITOS	2,5

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		Sin modificaciones. No afectada por cambios.
MD3, MD4.- CLASES PRESENCIALES DE PRÁCTICAS (Clases prácticas de problemas y/o casos; Prácticas de campo)		
MD7, MD9.- OTRAS ACTIVIDADES PRESENCIALES		
MD11.- EVALUACIÓN		
TRABAJO AUTÓNOMO DEL ALUMNO		

SISTEMAS DE EVALUACIÓN DE ADQUISIÓN DE COMPETENCIAS			
SISTEMA INICIAL	Ponderación	SISTEMA UTILIZADO (B)	Ponderación
SE1. Asistencia y participación en clases		Sin modificaciones	
SE2. Ensayo Trabajo individual o en grupo			
SE3. Resolución de casos prácticos			
SE4. Prueba de contenidos			

TUTORIAS	Vía Campus Virtual	
REVISIÓN DE CALIFICACIONES	On Line mediante cita	

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

### ADENDA

TITULACIÓN	MASTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING DIGITAL Y SOCIAL
ASIGNATURA	Estrategias de Marketing Digital en ONL
CÓDIGO	1363103
COORDINACIÓN	Juan José Mier-Terán
Nº DE CRÉDITOS	7,5

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		Clases on line a través de dos plataformas: BigBlueButton y Zoom. Chats de las plataformas.
MD3, MD4.- CLASES PRESENCIALES DE PRÁCTICAS (Clases prácticas de problemas y/o casos; Prácticas de campo)		
MD7, MD9.- OTRAS ACTIVIDADES PRESENCIALES		
MD11.- EVALUACIÓN		Asistencia (20%) y trabajos individuales (80%)
TRABAJO AUTÓNOMO DEL ALUMNO		

SISTEMAS DE EVALUACIÓN DE ADQUISIÓN DE COMPETENCIAS			
SISTEMA INICIAL	Ponderación	SISTEMA UTILIZADO (B)	Ponderación
SE1. Asistencia y participación en clases		control mediante chats	20%
SE2. Ensayo Trabajo individual o en grupo		Trabajos entregados vía campus	80%
SE3. Resolución de casos prácticos			
SE4. Prueba de contenidos			

TUTORIAS	Vía Campus Virtual
REVISION DE CALIFICACIONES	On Line mediante cita

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

## ADENDA

TITULACIÓN	MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING DIGITAL Y SOCIAL
ASIGNATURA	ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL EN LA EMPRESA
CÓDIGO	1363101
COORDINACIÓN	JOSÉ LUIS DURÁN VALENZUELA
Nº DE CRÉDITOS	10

ACTIVIDADES FORMATIVAS CON SUS CRÉDITOS ECTS:		
ACTIVIDADES INICIALES DOCENCIA PRESENCIAL	Nº de horas	ACTIVIDADES FORMATIVAS PROPUESTAS DOCENCIA NO PRESENCIAL
MD1.- CLASES PRESENCIALES DE TEORÍA	34	Asignatura impartida en el primer cuatrimestre
MD3, MD4.- CLASES PRESENCIALES DE PRÁCTICAS (Clases prácticas de problemas y/o casos; Prácticas de campo)	30	
MD7, MD9.- OTRAS ACTIVIDADES PRESENCIALES	12	
MD11.- EVALUACIÓN		
TRABAJO AUTÓNOMO DEL ALUMNO	170	

SISTEMAS DE EVALUACIÓN DE ADQUISIÓN DE COMPETENCIAS			
SISTEMA INICIAL	Ponderación	SISTEMA UTILIZADO	Ponderación
Asistencia y participación en clases	20%		
Ensayo Trabajo individual o en grupo	30%		
Trabajo en grupo	30%		
Presentación defensa de trabajos	20	Las próximas convocatorias de exámenes de la asignatura que tengan que realizarse online, se realizará mediante prueba escrita, con preguntas a desarrollar, en el campus virtual con tiempo limitado.	100%

TUTORIAS	Mediante los espacios previstos al efecto en el campus virtual: correo y foros.
REVISIÓN DE CALIFICACIONES	Mediante videoconferencia en la fecha que se fije en el campus virtual, previa solicitud del alumno.

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

### ADENDA

TITULACIÓN	Máster Universitario en Dirección de Marketing Digital y Social
ASIGNATURA	Comunicación Digital
CÓDIGO	1363102
COORDINACIÓN	David Selva Ruiz
Nº DE CRÉDITOS	3

ACTIVIDADES FORMATIVAS CON SUS CRÉDITOS ECTS:		
ACTIVIDADES INICIALES DOCENCIA PRESENCIAL	Nº de horas	ACTIVIDADES FORMATIVAS PROPUESTAS DOCENCIA NO PRESENCIAL
MD1.- CLASES PRESENCIALES DE TEORÍA	0	No procede (asignatura del primer cuatrimestre).
MD3, MD4.- CLASES PRESENCIALES DE PRÁCTICAS (Clases prácticas de problemas y/o casos; Prácticas de campo)	36	
MD7, MD9.- OTRAS ACTIVIDADES PRESENCIALES	7	
MD11.- EVALUACIÓN	4	Véase bloque de sistemas de evaluación.
TRABAJO AUTÓNOMO DEL ALUMNO	78	

SISTEMAS DE EVALUACIÓN DE ADQUISIÓN DE COMPETENCIAS			
SISTEMA INICIAL	Ponderación	SISTEMA UTILIZADO	Ponderación
SE1. Asistencia y participación en clases	20%	Control de la asistencia de los alumnos durante la impartición de la asignatura.	20%
SE2. Ensayo Trabajo individual o en grupo	70%	Trabajos individuales y en grupo. Se mantienen las condiciones previstas.	70%
SE3. Resolución de casos prácticos	10%	Presentación y defensa de trabajos. Se mantienen las condiciones previstas.	10%
SE4. Prueba de contenidos	0%	Se mantienen las condiciones previstas.	0%

TUTORIAS	Correo electrónico (asignatura del primer cuatrimestre).
REVISION DE CALIFICACIONES	Correo electrónico (asignatura del primer cuatrimestre).

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

### ADENDA

TITULACIÓN	MASTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING DIGITAL Y SOCIAL
ASIGNATURA	Estrategias de Marketing Digital en ONL
CÓDIGO	1363103
COORDINACIÓN	Juan José Mier-Terán
Nº DE CRÉDITOS	7,5

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		Clases on line a través de dos plataformas: BigBlueButton y Zoom. Chats de las plataformas.
MD3, MD4.- CLASES PRESENCIALES DE PRÁCTICAS (Clases prácticas de problemas y/o casos; Prácticas de campo)		
MD7, MD9.- OTRAS ACTIVIDADES PRESENCIALES		
MD11.- EVALUACIÓN		Asistencia (20%) y trabajos individuales (80%)
TRABAJO AUTÓNOMO DEL ALUMNO		

SISTEMAS DE EVALUACIÓN DE ADQUISIÓN DE COMPETENCIAS			
SISTEMA INICIAL	Ponderación	SISTEMA UTILIZADO (B)	Ponderación
SE1. Asistencia y participación en clases		control mediante chats	20%
SE2. Ensayo Trabajo individual o en grupo		Trabajos entregados vía campus	80%
SE3. Resolución de casos prácticos			
SE4. Prueba de contenidos			

TUTORIAS	Vía Campus Virtual
REVISIÓN DE CALIFICACIONES	On Line mediante cita

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

### ADENDA

TITULACIÓN	MASTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING DIGITAL Y SOCIAL
ASIGNATURA	Comunicación digital para ONL
CÓDIGO	1363104
COORDINACIÓN	Juan José Mier-Terán
Nº DE CRÉDITOS	7,5

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		Clases on line a través de dos plataformas: BigBlueButton y Zoom. Chats de las plataformas.
MD3, MD4.- CLASES PRESENCIALES DE PRÁCTICAS (Clases prácticas de problemas y/o casos; Prácticas de campo)		
MD7, MD9.- OTRAS ACTIVIDADES PRESENCIALES		
MD11.- EVALUACIÓN		Asistencia (20%) y trabajos individuales (80%)
TRABAJO AUTÓNOMO DEL ALUMNO		

SISTEMAS DE EVALUACIÓN DE ADQUISIÓN DE COMPETENCIAS			
SISTEMA INICIAL	Ponderación	SISTEMA UTILIZADO (B)	Ponderación
SE1. Asistencia y participación en clases		control mediante chats	20%
SE2. Ensayo Trabajo individual o en grupo		Trabajos entregados vía campus	80%
SE3. Resolución de casos prácticos			
SE4. Prueba de contenidos			

TUTORIAS	Vía Campus Virtual
REVISIÓN DE CALIFICACIONES	On Line mediante cita

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

### ADENDA

TITULACIÓN	MASTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING DIGITAL Y SOCIAL
ASIGNATURA	Métodos Científicos y técnicas cualitativas
CÓDIGO	1363901
COORDINACIÓN	Juan José Mier-Terán
Nº DE CRÉDITOS	4

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		Sin modificaciones. No afectada por cambios.
MD3, MD4.- CLASES PRESENCIALES DE PRÁCTICAS (Clases prácticas de problemas y/o casos; Prácticas de campo)		
MD7, MD9.- OTRAS ACTIVIDADES PRESENCIALES		
MD11.- EVALUACIÓN		
TRABAJO AUTÓNOMO DEL ALUMNO		

SISTEMAS DE EVALUACIÓN DE ADQUISIÓN DE COMPETENCIAS			
SISTEMA INICIAL	Ponderación	SISTEMA UTILIZADO (B)	Ponderación
SE1. Asistencia y participación en clases		Sin modificaciones	
SE2. Ensayo Trabajo individual o en grupo			
SE3. Resolución de casos prácticos			
SE4. Prueba de contenidos			

TUTORIAS	Vía Campus Virtual	
REVISION DE CALIFICACIONES	On Line mediante cita	

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

### ADENDA

TITULACIÓN	MASTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING DIGITAL Y SOCIAL
ASIGNATURA	TÉCNICAS CUANTITATIVAS
CÓDIGO	1363902
COORDINACIÓN	HÉCTOR RAMOS ROMERO
Nº DE CRÉDITOS	4,5

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	Todas las actividades formativas de la asignatura se completaron de forma presencial
MD3, MD4.- CLASES PRESENCIALES DE PRÁCTICAS (Clases prácticas de problemas y/o casos; Prácticas de campo)	4	
MD7, MD9.- OTRAS ACTIVIDADES PRESENCIALES	6,5	
MD11.- EVALUACIÓN	2,5	
TRABAJO AUTONÓMO DEL ALUMNO	80	

SISTEMAS DE EVALUACIÓN DE ADQUISIÓN DE COMPETENCIAS			
SISTEMA INICIAL	Ponderación	SISTEMA UTILIZADO (B)	Ponderación
SE1. Asistencia y participación en clases	10%	La asistencia se registró en cada sesión presencial	10%
SE2. Trabajo individual o en grupo	30%	Evaluación continua. Se llevaron a cabo de forma presencial, remitiéndose a través del campus virtual de la asignatura	60%
SE3. Resolución de casos prácticos	30%		
SE4. Prueba de contenidos	30%	Incluida en la evaluación continua de la asignatura. Se llevó a cabo de forma presencial. En el caso de alumnos con la asignatura no superada, se llevará a cabo on-line en la fecha que establezca la coordinación del máster.	30%

TUTORIAS	Se atenderán de forma individualizada o en grupo a través de chats, foros (de dudas, consultas, avisos y novedades) y correo electrónico.
REVISION DE CALIFICACIONES	Se atenderán preferentemente a través de correo electrónico /campus virtual. En el caso que sea necesario se podrán atender por vía telefónica/ video llamada

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

## ADENDA

TITULACIÓN	MASTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING DIGITAL Y SOCIAL
ASIGNATURA	TRABJO FN DE MASTES
CÓDIGO	1363903
COORDINACIÓN	JOSE LUIS DURAN VALENZUELA
Nº DE CRÉDITOS	2,5

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		Las tutorías presenciales de seguimiento del Trabajo Fin de Máster se llevarán a cabo de manera no presencial, a través del correo electrónico, videoconferencias u otros medios virtual.
MD3, MD4.- CLASES PRESENCIALES DE PRÁCTICAS (Clases prácticas de problemas y/o casos; Prácticas de campo)		
MD7, MD9.- OTRAS ACTIVIDADES PRESENCIALES		
MD11.- EVALUACIÓN	4	
TRABAJO AUTÓNOMO DEL ALUMNO	296	

SISTEMAS DE EVALUACIÓN DE ADQUISIÓN DE COMPETENCIAS			
SISTEMA INICIAL	Ponderación	SISTEMA UTILIZADO (B)	Ponderación
SE1. Asistencia y participación en clases			
SE2. Ensayo Trabajo individual o en grupo			
SE3. Resolución de casos prácticos			
SE4. Prueba de contenidos	100%	Se mantiene el mismo sistema de evaluación anterior, con la salvedad de que, de no poder hacerse de modo presencial, se hará mediante videoconferencia. Calificación de la Comisión Evaluadora:100%	100%

TUTORIAS	A través del CV, del correo, Adobe Connect, Google Meet, BigBlueButton,...
REVISION DE CALIFICACIONES	Las calificaciones se comunicarán a través de las preactas, actas, campus virtual y la revisión se hará a través de medios virtuales.