



Facultad de Economía, Empresa y Turismo

Grado en Contabilidad y Finanzas

ADENDA A LA GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA:

**Marketing
(2020 - 2021)**

1. Datos descriptivos de la asignatura

Asignatura: Marketing	Código: 169210907
<ul style="list-style-type: none"> - Titulación: Grado en Contabilidad y Finanzas - Curso: 4 - Duración: Primer cuatrimestre 	

3. Profesorado que imparte la asignatura

Profesor/a Coordinador/a: JOSE MANUEL RAMOS HENRIQUEZ						
- Grupo: UNICO						
General - Nombre: JOSE MANUEL - Apellido: RAMOS HENRIQUEZ - Departamento: Dirección de Empresas e Historia Económica - Área de conocimiento: Comercialización e Investigación de Mercados						
Contacto - Teléfono 1: - Teléfono 2: - Correo electrónico: jramosh@ull.es - Correo alternativo: jramosh@ull.edu.es - Web: http://www.campusvirtual.ull.es						
Tutorías primer cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Tipo de tutoría	Medio o canal
Todo el cuatrimestre		Lunes	09:00	12:30		Telemática
Todo el cuatrimestre		Lunes	15:00	17:30		Telemática
Observaciones: Observaciones. Las tutorías se desarrollarán preferentemente telemáticamente, a través de Google Meet y correo electrónico institucional: jramosh@ull.edu.es						
Tutorías segundo cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Tipo de tutoría	Medio o canal
Todo el cuatrimestre		Lunes	09:00	12:30		Telemática
Todo el cuatrimestre		Lunes	15:00	17:30		Telemática

Observaciones: Observaciones. Las tutorías se desarrollarán preferentemente telemáticamente, a través de Google Meet y correo electrónico institucional: jramosh@ull.edu.es

7. Metodología no presencial

Actividades formativas no presenciales

Actividades formativas	Equivalencia GD
Sesiones virtuales/clases en línea del profesor/a	Clases teóricas
Inclusión de documentación sobre cada tema	Estudio autónomo, preparación clases teóricas/prácticas, etc.
Foros/debate	Participación activa y asistencia a clase
Casos prácticos	Clases prácticas
Exposición de trabajos individuales/grupales mediante vídeos de los estudiantes	Realización de trabajos (individual/grupal)
Realización de pruebas evaluativas en línea	Exámenes, test, etc.
Tutorías	Asistencia a Tutoría

Comentarios

En el campus virtual se indica el canal de "google meet" para acceder a clases online, tutorías, etc.

9. Sistema de evaluación y calificación no presencial

Estrategia Evaluativa

Tipo de prueba	Ponderación
Pruebas objetivas	50,00 %
Informes/Memorias/Trabajos/Proyectos individuales o grupales	40,00 %
Exposición del trabajo/proyecto/TFG/TFM	10,00 %

Comentarios

Sistema de evaluación: Evaluación continua y los que no la superen o no se presenten deben realizar examen único de convocatoria.

Evaluación continua:

Se establece como requisito previo para superar la evaluación continua, la asistencia mínima al 80% de las clases teóricas y prácticas.

Se evaluará una parte teórica-conceptual y una parte de aplicación-práctica. Es necesario tener aprobado las dos partes para superar la asignatura en evaluación continua.

1) Parte teórica de evaluación continua (50%)

Se evaluará en examen de convocatoria única o, si las circunstancias lo permiten, se podría evaluar mediante la realización de varias pruebas de evaluativa⁽¹⁾ a lo largo del curso, en las fechas que se comuniquen y que podrán contar con preguntas tipo test multi-respuestas y/o preguntas cortas de desarrollo.

La nota será la media de las pruebas evaluativas, pero para superar la parte teórica en evaluación continua es necesario tener más de un 5 en cada test.

2) Parte práctica de evaluación continua (50%)

Se evaluará por el trabajo en equipo. Igualmente se podrán incluir adicionalmente tareas o pruebas individuales.

Si se supera la parte práctica se mantendrá la nota para las convocatorias del curso académico.

-Trabajo en equipo (40%):

Desarrollo un Plan de Marketing (tareas, informe, presentación, defensa,...).

-Trabajo individual (10%) que podrá incluir:

Tareas individuales y/o prueba evaluativa individual⁽¹⁾ sobre metodología y/o proceso del desarrollo de la parte práctica, defensa.

Para aprobar es necesario la realización de todos los trabajos, tareas, presentaciones, defensa, ...

Evaluación única en convocatoria oficial:

Sólo para los que no superen o no se presenten a la evaluación continua.

1) Parte teórica en evaluación única (50%):

Se evaluará mediante la realización de una prueba evaluativa⁽¹⁾ que podrá constar de preguntas tipo test multi-respuestas y/o preguntas cortas de desarrollo.

La nota mínima para aprobar la asignatura y hacer la media con la parte práctica es de un 5.

2) Parte práctica en evaluación única (50%):

Resolución de caso práctico sobre un Plan de Marketing (40%).

Prueba evaluativa⁽¹⁾ individual sobre metodología y/o proceso de aplicación práctica que podrá constar de preguntas tipo test multi-respuestas y/o preguntas cortas de desarrollo (10%).

La nota mínima para aprobar la asignatura y hacer la media con la parte teórica es de un 5.

⁽¹⁾Características de las pruebas evaluativas tanto de evaluación continua como de evaluación única:

Las preguntas de tipo test serán con 4 opciones de respuesta múltiple (máximo de 2 opciones correctas). Si se deja sin contestar o se selecciona alguna respuesta incorrecta, la pregunta vale 0 y si sólo se marca una respuesta correcta cuando haya 2 correctas, la pregunta vale el 25%.

Las preguntas cortas son para desarrollar en un párrafo aproximadamente en un máximo de 150 palabras.

Contenidos de las preguntas: teóricas o de supuestos de aplicación práctica. Pueden ser de contenidos del temario y material de clase, o también preguntas que se hacen después de visionar un vídeo, lectura de texto o cualquier otro recurso.

Previamente a la realización de cada prueba evaluativa se determinará si se realizará de forma presencial en aula u online.

En caso de ser online se aplicarán las medidas necesarias para verificar la identidad (conexión con vídeo activado y/u otras medidas).

Organización del test en bloques de preguntas de forma secuencial. Tiempo aproximado 1,5 min. por pregunta tipo test.

