



Adenda Guía docente de la asignatura (2º Cuatrimestre 2019-2020)			
Asignatura	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS		
Materia	MARKETING		
Módulo	MARKETING Y COMUNICACIÓN		
Titulación	GRADO EN COMERCIO		
Plan	418	Código	41010
Periodo de impartición	SEGUNDO CUATRIMESTRE	tipo/carácter	OBLIGATORIA
Nivel/Ciclo	GRADO	curso	TERCERO
Créditos ECTS	6 CRÉDITOS ECTS		
Lengua en que se imparte	CASTELLANO		
Profesor/es responsable/s	CHANTHALY S.PHABMIXAY (Coordinación) VÍCTOR TEMPRANO GARCÍA		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	chantaly@emp.uva.es ; Tfno.: 983-186480; Despacho: 009 vtemprano@emp.uva.es ; Tfno.: 983- 423604; Despacho: 004		
Departamento	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS Y COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS		

4. Contenidos y/o bloques temáticos

c. Contenidos

Se mantienen los contenidos de la asignatura y los objetivos de la misma, adecuando la profundidad con la que se abordan a las circunstancias excepcionales de este segundo cuatrimestre del curso.

5. Métodos docentes y principios metodológicos desde el 13.03.2020

- Lo docente no presencial se desarrolla básicamente mediante el Campus Virtual UVa: alojamiento de material de estudio, realización de actividades y test de evaluación, así como la atención de consultas en chat y correos electrónicos.
- Las clases virtuales teóricas-expositivas y las tutorías grupales se realizan a través de la plataforma Cisco Webex Meetings.
- Adicionalmente se establece un seguimiento del proyecto grupal por medio de consultas y revisiones a través del correo electrónico.

6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura desde el 13.03.2020

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
		Clases teóricas virtuales	10
		Clases prácticas y tutorías grupales virtuales	10
		Estudio y trabajo autónomo grupal	35
		Estudio y trabajo autónomo individual	42
		Evaluación	3
Total presencial		Total no presencial	100

**7. Sistema y características de la evaluación**

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
EXÁMENES	50%	<p>- Dos pruebas mediante cuestionario en el Campus Virtual sobre los conocimientos teóricos/prácticos alcanzados en el estudio individual del estudiante:</p> <p>Primera prueba (25%): Materia evaluable: Temas 1, 2 y 3. Fecha de celebración: día 4 de mayo de 2020</p> <p>Segunda prueba (25%): Materia evaluable: Temas 4, 5, 6 y 7. Fecha de celebración: día 29 de mayo de 2020</p>
TRABAJOS Y ACTIVIDADES	50%	<p>- Realización de un trabajo sobre investigación de mercados mediante un Proyecto Grupal guiado por el profesor y que se entregará en el Campus Virtual:</p> <p>Primera entrega (máx. 25%): Fecha límite de entrega: día 30 de abril de 2020</p> <p>Segunda entrega (máx. 25%): Fecha límite de entrega: día 25 de mayo de 2020</p> <p>- Tareas evaluables individuales que han sido entregadas presencialmente o a través del Campus Virtual (máx. 10%).</p>

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- **Convocatoria ordinaria:**
 - La calificación final de la asignatura mediante evaluación continua se obtiene sumando las puntuaciones alcanzadas por el estudiante en la parte teórica y en la parte práctica. En todo caso, para superar la asignatura la suma de ambas partes deberá alcanzar 5 puntos sobre 10.
 - Aquellos estudiantes que por motivos justificados no han podido seguir la evaluación continua, podrán acogerse al examen único final con parte teórica (50%) y parte práctica (50%) que se celebrará el día 3 de junio de 2020. En todo caso, para superar la asignatura la suma de ambas partes deberá alcanzar 5 puntos sobre 10.
- **Convocatoria extraordinaria:**
 - El estudiante deberá examinarse tanto de la parte teórica (50%) como de la práctica (50%). En todo caso, para superar la asignatura la suma de ambas partes deberá alcanzar 5 puntos sobre 10.