



Adenda Guía docente de la asignatura (2º Cuatrimestre 2019-2020)			
Asignatura	FUNDAMENTOS DE MARKETING		
Materia	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS		
Módulo			
Titulación	PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS		
Plan	458	Código	42845
Periodo de impartición	SEGUNDO SEMESTRE (S2)	Tipo/Carácter	OB
Nivel/Ciclo	GRADO	Curso	PRIMERO
Créditos ECTS	6		
Lengua en que se imparte	ESPAÑOL		
Profesor/es responsable/s	Teoría: Carlos Hernández Carrión Prácticas grupo 1: Enrique Gómez González Prácticas grupos 2, 3 y 4: César Gámez Alcalde		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	Carlos Hernández Carrión: chcarrion.uva@gmail.com / carrion@eco.uva.es Enrique Gómez González: edobleq@gmail.com César Gámez Alcalde: cesar.gamez@eco.uva.es		
Departamento	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS Y COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS		

4. Contenidos y/o bloques temáticos (SOLO SI HAY MODIFICACIÓN POR EL ESTADO DE ALARMA)

Bloque X: "Nombre del Bloque"

Carga de trabajo en créditos ECTS:

c. Contenidos

d. Métodos docentes

e. Plan de trabajo

f. Evaluación

El carácter teórico-práctico de la asignatura hace difícil separar la evaluación de cada aspecto, por lo que la nota final (sobre un total de 10 puntos) se realizará mediante una prueba escrita (examen tipo test de entre 10 y 20 preguntas). Este examen supone 10 puntos sobre la nota final. (Ver apartado "Consideraciones finales")

Adicionalmente, se podrán otorgar hasta dos puntos adicionales en concepto de evaluación continua que tenga en cuenta la asistencia a las sesiones prácticas programadas, el respeto hacia el profesor y el resto de los compañeros, la participación activa en las actividades realizadas, el planteamiento de debates relacionados con los contenidos y la realización y exposición de un plan de negocio. Esta nota adicional valorará no sólo la cantidad de aportaciones sino la calidad de las mismas, en el sentido de



que demuestren un conocimiento de los conceptos explicados en sesiones previas. Los alumnos que deseen acogerse al sistema de evaluación continua deberán hacerlo constar al inicio del curso y **asistir a un 80% de las sesiones prácticas, ya sean presenciales u online (máximo de tres ausencias no justificadas*)**.

Para sumar la parte de evaluación continua a la nota final, el alumno deberá obtener una puntuación mínima de 3,5 sobre 10 en la prueba final (test o examen oral online).

(*) Por causas justificadas se entienden las recogidas en el Reglamento de Ordenación Académica de la Universidad de Valladolid (BOCYL nº 49 de 9 de marzo de 2012).

j. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO

Añada tantos bloques temáticos como considere.

5. Métodos docentes y principios metodológicos desde el 13.03.2020

Para la docencia online se emplearán preferentemente los siguientes métodos:

- Grabación de las clases magistrales de teoría utilizando la herramienta Kaltura Capture y puesta a disposición de los alumnos en Campus Virtual el mismo día que hubiese correspondido con la sesión presencial (miércoles). A medida que se avance en la teoría, se pondrán a disposición de los alumnos tests de autoevaluación.
- Respecto de las prácticas, además de fijar entregas periódicas de tareas en Campus Virtual, se convocará a los alumnos a videoconferencias vía WebEx para explicar las diferentes actividades a realizar para completar el plan de marketing. Estas videoconferencias se realizarán en los días correspondientes a las sesiones presenciales prácticas (viernes).

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

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teoría (presentaciones online)	18	Estudio y trabajo autónomo de teoría	28
Resolución de casos y actividades prácticas (videoconferencia)	18	Autoevaluación	2
Presentación del plan de negocio	2	Preparación y entrega de actividades prácticas	15
Prueba escrita online	2	Preparación individual del plan de negocio	15
Total presencial	40	Total no presencial	60



7. Sistema y características de la evaluación

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO		PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Opción A: con evaluación continua	Prueba escrita (test online)	100%	Requisitos: <ul style="list-style-type: none">• Comunicarlo al inicio del curso.• Asistencia regular a las sesiones prácticas (máximo de 3 ausencias no justificadas).
	Evaluación continua	hasta 20% adicional	
Opción B: sin evaluación continua	Prueba escrita (test online)	100%	Los alumnos que no cumplan con los requisitos de la evaluación continua serán evaluados según la opción B.

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- **Convocatoria ordinaria:**
 - Aprobado = 5 puntos (suma del examen y la nota de la evaluación continua, si procede).
- **Convocatoria extraordinaria**
 - Mismos criterios que en la convocatoria ordinaria.

8. Consideraciones finales

La prueba escrita final (examen) online será tipo test en formato cuestionario de Campus Virtual. Si esto no fuese técnicamente posible en algún caso puntual, el test se sustituirá por un examen online oral.