

## ADENDA A LA GUÍA DOCENTE 2019/20 - ADDENDUM TO THE 2019/20 COURSE DESCRIPTION

### MEDIDAS ESPECIALES PARA LA TRANSICIÓN A LA DOCENCIA NO PRESENCIAL POR COVID19. ADAPTACIONES DE LAS ACTIVIDADES DOCENTES Y DE EVALUACIÓN

### *SPECIAL MEASURES FOR ADAPTATION OF TEACHING AND EVALUATION ACTIVITIES DUE TO COVID19- TRANSITION TO NON PRESENTIAL TEACHING*

Curso Académico: 2019/2020

Asignatura: MARKETING

Código: 13069

Titulación: Grado en Turismo

Coordinador/a: Julio Cerviño Fernández

Fecha de Actualización: 8 de mayo de 2020

#### **1. HERRAMIENTAS Y PLATAFORMAS UTILIZADAS PARA EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES DOCENTES**

#### **1. TOOLS AND PLATFORMS USED FOR THE DEVELOPMENT OF THE ACTIVITIES**

1) Para la transición al modelo de enseñanza-aprendizaje en modalidad no presencial se utiliza la plataforma Aula Global de la UC3M donde se incluyen todos los recursos necesarios para el seguimiento de la asignatura: transparencias, lecturas, casos y ejercicios, y lecturas complementarias.

2) Como herramienta para las actividades síncronas se utiliza Blackboard Collaborate (BbC) en cada una de las sesiones. Asimismo, se utiliza Aula Global (Moodle) para la transferencia de documentación.

La metodología utilizada no sufrió cambios sustanciales, manteniendo las sesiones teórico conceptuales programadas en el programa de la asignatura y la discusión de las prácticas y casos programados a través de la plataforma Blackboard Collaborate.

- Asimismo, se realizaron igualmente las presentaciones preliminares de los proyectos de grupo en las sesiones online – Blackboard Collaborate - así como las presentaciones finales de todos los trabajos de grupo.
- Por último, se realizaron las tutorías solicitadas de manera online, bien por medio de correos electrónicos o por medio de blackboard o meet y al principio y/o final de cada clase.

#### **2. ADAPTACIÓN DE LAS ACTIVIDADES Y DE LA PROGRAMACIÓN TEMPORAL DE LAS MISMAS**

#### **2. ADAPTATION OF TEACHING ACTIVITIES AND TIME SCHEDULE**

- No ha habido cambio alguno en la programación de contenidos, ni teóricos ni prácticos, según constan en la ficha inicial de la asignatura. Solamente se han reorganizado las fechas de las presentaciones finales de los proyectos de Plan de Marketing, ampliando las semanas de exposiciones a la semana del 11 de mayo, finalizando las últimas exposiciones en esta semana.

#### **3. SISTEMA DE EVALUACIÓN**

#### **3. ASSESSMENT SYSTEM**

- Se ha mantenido el proceso de evaluación continua establecido en la ficha inicial de la asignatura. Únicamente, se ha cambiado la ponderación de la valoración del examen final, prácticas individuales y trabajo de Plan de Marketing, tal como se recoge a continuación.
- Evaluación empleada. Se ha seguido la inicialmente establecida en la ficha inicial, si bien, con un cambio de ponderaciones:
  - Examen final Tipo Test online: 20%
  - Trabajo en Grupo (Proyecto de Plan de Marketing): 50%
  - Prácticas individuales de cada tema realizadas a lo largo del curso: 30%

	<b>% EVALUACIÓN CONTINUA</b> Prácticas individuales Proyecto de Plan de Marketing en Grupo	<b>% EVALUACIÓN FINAL</b> Examen online tipo test	
	<i>80%</i>	<i>20%</i>	