

MÓDULO	MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CRÉDITOS	TIPO
Comunicación Comercial	Comunicación comercial	4ª	8º	6	Optativa
<b>PROFESOR/ES<sup>(1)</sup></b>			<b>DIRECCIÓN COMPLETA DE CONTACTO PARA TUTORÍAS (Dirección postal, teléfono, correo electrónico, etc.)</b>		
<b>Grupo A:</b> Lucia Porcu  <b>Grupo B:</b> Francisco Javier Delgado  COORDINADOR DE LA ASIGNATURA: Francisco Javier Delgado			Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados. Campus Cartuja s/n- 18071 - Granada <ul style="list-style-type: none"> <li>Lucia Porcu: <a href="mailto:luciapor@ugr.es">luciapor@ugr.es</a> Despacho: A203 - Teléfono: 958 240 672</li> <li>Fco. Javier Delgado Muñoz: <a href="mailto:fjdelgado@ugr.es">fjdelgado@ugr.es</a> Despacho: B305 - Teléfono: 958 249 578</li> </ul>		
			<b>HORARIO DE TUTORÍAS</b>		
			Consultar en directorio de la Universidad de Granada: <a href="http://sl.ugr.es/DeCIM">http://sl.ugr.es/DeCIM</a>		
<b>GRADO EN EL QUE SE IMPARTE</b>			<b>OTROS GRADOS A LOS QUE SE PODRÍA OFERTAR</b>		
Grado en Administración y Dirección de Empresas					
<b>PRERREQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES (si procede)</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>Conocimientos básicos de Dirección Comercial. Conocimientos básicos de informática (Word, Excel, Power Point, Internet).</li> </ul>					

<sup>1</sup> Consulte posible actualización en Acceso Identificado > Aplicaciones > Ordenación Docente

(∞) Esta guía docente debe ser cumplimentada siguiendo la "Normativa de Evaluación y de Calificación de los estudiantes de la Universidad de Granada" ([http://secretariageneral.ugr.es/pages/normativa/fichasugr/ngc7121/!](http://secretariageneral.ugr.es/pages/normativa/fichasugr/ngc7121/))

## BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS (SEGÚN MEMORIA DE VERIFICACIÓN DEL GRADO)

- La comunicación integrada de marketing.
- La gestión de la publicidad
- Las agencias de publicidad
- La promoción de ventas
- Las relaciones públicas y el patrocinio
- Marketing directo e interactivo
- Marketing online y social media

## COMPETENCIAS GENERALES Y ESPECÍFICAS

### COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

CG2: Habilidad para analizar y buscar información proveniente de fuentes diversas aplicables al ámbito de estudio.

CG5: Capacidad de trabajo en entornos de presión

CG6: Capacidad de análisis y síntesis

CG7: Capacidad para tomar decisiones

CG9: Capacidad de organización y planificación

CG11: Creatividad de intuición para elegir medidas adecuadas a los distintos contextos

CG14: Poder transmitir información, ideas y soluciones sobre problemas planteados.

CG16: Sensibilidad hacia temas ambientales y sociales.

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

### COMPETENCIAS TRANSVERSALES

CT3 - Ser capaz de planificar y controlar la gestión global o de las diversas áreas funcionales de la empresa.

### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE20 - Conocer y desempeñar las funciones que conforman el proceso de administración: planificación, dirección, organización y control.

CE25 - Manejar las variables comerciales que permitan alcanzar los objetivos deseados, dominar las técnicas de investigación comercial, entender el comportamiento de los consumidores, y conocer el marketing sectorial.

CE27 - Conocer y evaluar el mercado y el entorno integrado dentro del sistema de información del marketing.

### RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Adaptar la comunicación a los distintos medios y soportes.

Comprender la tarificación de la comunicación y su vinculación con las audiencias.

Planificar, desarrollar y controlar campañas de comunicación.

Conocer el panorama actual de los medios de comunicación.



Conocer y aprovechar sinergias como consecuencia de la integración de la comunicación.  
Aplicar técnicas de presupuestación y de optimización de recursos económicos limitados.  
Conocer los efectos de la comunicación en el mercado y la demanda.  
Analizar el valor añadido que la gestión de la comunicación integrada de marketing supone en la gestión de las relaciones.

#### **OBJETIVOS (EXPRESADOS COMO RESULTADOS ESPERABLES DE LA ENSEÑANZA)**

El fin principal que se persigue con el siguiente programa es proporcionar al alumno una visión mucho más profunda y especializada de una de las principales tareas del marketing: la comunicación comercial o de marketing. En este sentido, se transmite al estudiante el sentido y finalidad de la política de comunicación comercial de la empresa como instrumento que se enmarca en la estrategia de marketing, y ésta dentro de la empresa. Este planteamiento se abordará tanto desde un punto de vista teórico como práctico. Para ello, se proporcionará al alumno una visión lo más amplia posible de las diversas herramientas y técnicas de las que dispone la empresa para comunicarse con sus diferentes públicos, con el objetivo de poner de manifiesto tanto las dificultades y complejidades, como la riqueza y amplitud, de las posibilidades de comunicación que pueden desarrollarse.

Este objetivo genérico se desglosa en los siguientes objetivos más específicos:

- Comprender el papel que juega la comunicación dentro de la gestión corporativa y la gestión del marketing.
- Analizar el valor añadido que la comunicación integrada de marketing (CIM) supone en la gestión de las relaciones.
- Que el alumno entienda el proceso de comunicación de marketing y sea capaz de conocer las diferentes herramientas de comunicación de que disponen las empresas, y su necesidad de coordinarlas e integrarlas adecuadamente para conseguir beneficios sinérgicos.
- Que el alumno conozca la secuencia de decisiones lógica y adecuada en el proceso de planificación de la comunicación de la empresa.
- Conocer las etapas de la planificación publicitaria, así como los distintos agentes que pueden intervenir en el mercado publicitario.
- Conocer las actuales limitaciones existentes en el marco publicitario en lo que se refiere a normativa jurídica y de autorregulación.
- Conocer la naturaleza de la promoción de ventas como variable de comunicación, y sus diferentes tipologías.
- Mostrar el amplio abanico de técnicas promocionales, su posibilidad de aplicación a los diferentes públicos de la empresa y los objetivos que se pueden alcanzar con cada una de ellas.
- Identificar quiénes son los diferentes públicos objetivo de la empresa y cómo la empresa establece comunicación con ellos a través de distintas técnicas de patrocinio y relaciones públicas.
- Familiarizar al alumno con las diferentes técnicas de marketing directo, atribuyéndosele la importancia que merecen las diferentes bases de datos existentes.
- Conocer la naturaleza de la comunicación en Internet, así como en Redes Sociales, planteando sus diferentes tipologías.

#### **TEMARIO DETALLADO DE LA ASIGNATURA**

##### **TEMA 1: La comunicación integrada de marketing**

1. La comunicación en las empresas y organizaciones
2. El papel de la comunicación en la relación con el mercado
3. La Comunicación Integrada de Marketing (CIM). Concepto, naturaleza, beneficios y dificultades de su implantación



4. El proceso de planificación de la comunicación integrada de marketing

#### **TEMA 2: La gestión de la publicidad**

1. La publicidad como forma de comunicación: concepto y clasificación
2. El proceso de planificación de la publicidad
3. Los medios de comunicación online y offline
4. La elaboración del mensaje publicitario
5. La difusión publicitaria
6. El control de la eficacia publicitaria
7. El marco legal de la publicidad

#### **TEMA 3: Las agencias de publicidad**

1. Funciones y estructura de las agencias de servicios plenos
2. Clasificación de las agencias de publicidad
3. Remuneración de las agencias de publicidad
4. Elección de una agencia de publicidad
5. Panorama actual de las agencias de publicidad en España

#### **TEMA 4: La promoción de ventas**

1. La promoción de ventas en el mix de comunicación: concepto y naturaleza
2. Objetivos de la promoción de ventas
3. La estrategia promocional
4. Las tácticas promocionales: tipos de promoción de ventas

#### **TEMA 5: Las relaciones públicas y el patrocinio**

1. Naturaleza y concepto de las relaciones públicas
2. Causas de su desarrollo actual
3. Técnicas de relaciones públicas
4. El patrocinio
  - a. Delimitación conceptual del patrocinio
  - b. Tipología de patrocinios
  - c. Objetivos del patrocinio
  - d. Evaluación del patrocinio

#### **TEMA 6: Marketing directo e interactivo**

1. El marketing directo en la actualidad
2. Las bases de datos del marketing directo
3. Medios convencionales para el marketing directo



## TEMA 7: Marketing Online y Social Media Marketing

1. La comunicación comercial en Internet
2. El papel de los medios sociales en la comunicación de marketing
3. El papel de Facebook en la estrategia de marketing online
4. El papel de Twitter en la estrategia de marketing online
5. Planificación publicitaria en Redes Sociales
6. Mobile Marketing

## BIBLIOGRAFÍA

### BIBLIOGRAFÍA FUNDAMENTAL:

- CLOW, K. Y BAACK, C. (2010). PUBLICIDAD, PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN INTEGRAL EN MARKETING, EDITORIAL PEARSON EDUCACIÓN.
- RODRÍGUEZ ARDURA, I. Y OTROS (2007). ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN: UNA VISIÓN INTEGRADA EN EL MARKETING. EDITORIAL UOC, BARCELONA.
- BELCH, GEORGE E. & BELCH, MICHAEL A. (2019). ADVERTISING AND PROMOTION: AN INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS PERSPECTIVE, 11TH EDITION. MCGRAW HILL
- ANDREWS, CRAIG AND SHIMP, TERENCE A. ADVERTISING, PROMOTION AND OTHER ASPECTS OF INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS. CENGAGE LEARNING

### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- BIGNÉ, E. (2003): PROMOCIÓN COMERCIAL. EDITORIAL. ESIC.
- CERVERA, A.L. (2008). COMUNICACIÓN TOTAL. EDITORIAL ESIC.
- CLOW, K. Y BAACK, C. (2016). INTEGRATED ADVERTISING, PROMOTION AND MARKETING COMMUNICATIONS, (7º EDITION) EDITORIAL PEARSON
- GARCÍA UCCLA, M. (2008). LAS CLAVES DE LA PUBLICIDAD. EDITORIAL ESIC.
- MULLIN, R. (2010). SALES PROMOTION. HOW TO CREATE, IMPLEMENT AND INTEGRATED CAMPAINGS THAT REALLY WORK (5º EDITION). EDITORIAL KOGAN PAGE
- RUSSELL, J.T. Y LANE, W.R.: KLEPPNER PUBLICIDAD (2001). ED. PRENTICE-HALL., 14ª EDICIÓN, MEXICO.
- TELLIS, G.J. Y REDONDO, I.: ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN, EDITORIAL PEARSON EDUCACIÓN, MADRID.
- WELLS, W., BURNETT, J. Y MORIARTY, S. (1996): PUBLICIDAD: PRINCIPIOS Y PRÁCTICAS (3º EDICION),



EDITORIAL PRENTICE-HALL.

- WILCOX, D.L., AUTT, P.H.; AGEE, W.K. Y CAMERON, G.T.: RELACIONES PÚBLICAS. ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS (6ª EDICIÓN), EDITORIAL PEARSON EDUCACIÓN, MADRID.

#### ENLACES RECOMENDADOS

Ad Age: <https://adage.com/>

American Marketing Association: <https://www.ama.org/>

Association of National Advertisers: <https://www.ana.net/>

Infodex: <https://www.infodex.es/home/>

Interactive Advertising Bureau (IAB): <https://www.iab.com/>

Journal of Integrated Marketing Communications: <https://jimc.medill.northwestern.edu/>

#### METODOLOGÍA DOCENTE

Las clases serán de tipo teórico y de tipo práctico. Las de tipo teórico consistirán en exposiciones del profesor y participación del alumno acerca del temario propuesto. Las clases de tipo práctico consistirán en trabajos a título individual y/o trabajos en grupo.

Los trabajos de carácter individual versarán sobre la resolución de casos prácticos que proponga el profesor y que serán expuestos, argumentados y comentados.

El trabajo en grupo consistirá en la realización de un plan de comunicación para una determinada empresa aplicando los conocimientos y fuentes de información adquiridos a lo largo de toda la asignatura.

Durante todo el curso, los alumnos matriculados en la asignatura tendrán libre acceso a la página web de la misma dentro de la plataforma PRADO (<http://prado.ugr.es/>), en la que podrán entrar en contacto con sus compañeros y con su profesor, descargar el material complementario recomendado (artículos, transparencias, foros, chats, etc.), consultar sus calificaciones, acceder a herramientas de autoevaluación, etc

#### EVALUACIÓN (INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y PORCENTAJE SOBRE LA CALIFICACIÓN FINAL, ETC

La metodología docente que se aplica constará aproximadamente de:

- Un 30% de docencia presencial en el aula (45 h.).
- Un 60% de estudio individualizado del alumno, búsqueda, consulta y tratamiento de información, resolución de problemas y casos prácticos, y realización de trabajos y exposiciones (90h.).
- Un 10% para tutorías individuales y/o colectivas y evaluación (15h).

Con objeto de evaluar la adquisición de los contenidos y competencias a desarrollar en la materia, se utilizará un sistema de evaluación diversificado, seleccionando las técnicas de evaluación más adecuadas para la asignatura en cada momento, que permita poner de manifiesto los diferentes conocimientos y capacidades adquiridos por el alumnado al cursar la asignatura. De entre las siguientes técnicas evaluativas se utilizarán alguna o algunas de ellas:

- Prueba escrita: exámenes de ensayo, pruebas objetivas, resolución de problemas, casos o supuestos, y/o pruebas de respuesta breve (test y verdadero/falso).
- Prueba oral: exposiciones de trabajos orales en clase, individuales o en grupo, sobre contenidos de la asignatura (seminario) y sobre ejecución de tareas prácticas correspondientes a competencias concretas.
- Observación: escalas de observación, en donde se registran conductas que realiza el alumno en la ejecución de tareas o actividades que se correspondan con las competencias.



- Técnicas basadas en la asistencia y participación del alumno en clase, seminarios y tutorías: trabajos en grupos reducidos sobre supuestos prácticos propuestos.

El sistema de calificaciones se expresará mediante calificación numérica de acuerdo con lo establecido en el art. 5 del R. D 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y validez en el territorio nacional.

La calificación global corresponderá a la puntuación ponderada de los diferentes aspectos y actividades que integran el sistema de evaluación, según el siguiente cuadro:

- Prueba escrita (60%)
- Resto de criterios de evaluación (40%).

Dado que el curso es de carácter presencial, es obligatoria la asistencia a clase y la realización y exposición de las prácticas realizadas. La valoración de ese trabajo del alumno realizado durante el periodo de docencia (40% del global de la calificación) se mantendrá para todas las convocatorias ordinaria y extraordinaria.

No obstante, puede solicitarse la forma de evaluación recogida en el punto 8 de la "NCG71/2: Normativa de evaluación y de calificación de los estudiantes de la Universidad de Granada" aprobada en la sesión extraordinaria del Consejo de Gobierno de 20 de mayo de 2013 y modificada en Consejo de Gobierno de 24 de mayo de 2017. Los estudiantes que se acojan a la evaluación única final a la que hace referencia el artículo 8 de la normativa de evaluación y de calificación de los estudiantes de la Universidad de Granada (aprobada en consejo de gobierno el 9 de noviembre de 2016), deberán de solicitarlo en las dos primeras semanas de impartición de la asignatura, o en las dos semanas siguientes a su matriculación si ésta se ha producido con posterioridad al inicio de la asignatura. El estudiante lo solicitará, a través del procedimiento electrónico, al director del Departamento, alegando y acreditando las razones que le asisten para no poder seguir el sistema de evaluación continua. El director del Departamento al que se dirigió la solicitud, oído el profesorado responsable de la asignatura, resolverá la solicitud en el plazo de diez días hábiles. Transcurrido dicho plazo sin que el estudiante haya recibido respuesta expresa por escrito, se entenderá estimada la solicitud.

**En ambas formas de evaluación será necesario que el alumno obtenga al menos 1/3 en cada parte para poder optar a superar la asignatura. Este criterio se mantendrá para todas las convocatorias tanto ordinarias como extraordinarias.**

Los alumnos que tengan reconocido el derecho a la evaluación única final serán examinados de los conocimientos teóricos, al igual que los alumnos que hayan optado a la evaluación continua, y tendrán una prueba práctica para evaluar la parte práctica de la asignatura. Dicha prueba práctica ponderará en la nota final en la misma medida que lo harán las prácticas de los alumnos que opten por el sistema de evaluación continua.

Además, y siguiendo las especificaciones recogidas en el punto 22 de la "NCG71/2: Normativa de evaluación y de calificación de los estudiantes de la Universidad de Granada" aprobada en la sesión extraordinaria del Consejo de Gobierno de 20 de mayo de 2013 y modificada en Consejo de Gobierno de 24 de mayo de 2017, en el caso de asignaturas cuyas Guías Docentes contemplen un examen final que supongan el 50% o más del total de la ponderación de la calificación final de la asignatura y el estudiante decidiera no realizarlo, figurará en el acta con la anotación de "No presentado". Cuando el estudiante haya realizado actividades y pruebas del proceso de evaluación continua contempladas en la guía docente de la asignatura que constituyan más del 50% del total de la ponderación de la calificación final de la asignatura, figurará en el acta con la calificación correspondiente.

#### **EVALUACIÓN DEL CONTENIDO PRÁCTICO EN EVALUACIÓN CONTINUA**

Con carácter general la evaluación práctica de la asignatura se realizará siguiendo un régimen de evaluación continua. Se apoyará en el trabajo desarrollado por el estudiante a lo largo del periodo lectivo de la asignatura. Se solicitará la entrega de casos prácticos que determine el profesor, así como la presentación oral de



determinados informes o ejercicios, y su posible presentación final.

#### **CONVOCATORIA DE EXAMEN ORDINARIA:**

La evaluación de la componente teórica y práctica en convocatoria de examen ordinaria de la asignatura se realizará de la siguiente manera:

- En cuanto a la evaluación de la componente teórica, el estudiante deberá presentarse al examen en la convocatoria de examen ordinaria, que se celebrará el día y fecha fijado por la FCCEE. Para aprobar la asignatura se requiere que el alumno obtenga en el examen que evalúan los contenidos teóricos al menos 1/3 de la calificación correspondiente al examen teórico (2 puntos sobre 6).
- La calificación que obtengan los estudiantes en la componente práctica obtenida por su trabajo continuado durante el periodo lectivo será la que conste en convocatoria ordinaria. Para aprobar la asignatura se requiere que el alumno obtenga al menos 1/3 de la calificación correspondiente al ejercicio práctico (1,33 puntos sobre 4).

La suma de las calificaciones de la componente teórica y práctica será la calificación final del alumno, siempre que haya superado el mínimo planteado en el examen teórico de la convocatoria ordinaria. En caso de que no haya obtenido el mínimo exigible, la calificación que constará en actas será la alcanzada en el examen teórico.

#### **CONVOCATORIA DE EXAMEN EXTRAORDINARIA:**

La evaluación de la componente teórica y práctica en convocatorias de exámenes extraordinarios de la asignatura se realizará de la siguiente manera:

- La evaluación de los conocimientos teóricos deben realizarla todos los alumnos presentados a la convocatoria de examen extraordinaria. Para aprobar la asignatura se requiere que el alumno obtenga en el examen que evalúan los contenidos teóricos al menos 1/3 de la calificación correspondiente al examen teórico (2 puntos sobre 6).
- Aquellos alumnos que en convocatoria extraordinaria deseen ser nuevamente evaluados de la componente práctica, deberán realizar el examen práctico de la asignatura. Dicho examen tendrá un valor de 4 puntos sobre 10. Renuncian así automáticamente a la nota de la componente práctica obtenida durante la evaluación continua.

La suma de las calificaciones de la componente teórica y práctica será la calificación final del alumno, siempre que haya superado el mínimo planteado en el examen teórico de la convocatoria extraordinaria. En caso de que no haya obtenido el mínimo exigido de 2 puntos en el examen teórico, la calificación que constará en actas será la alcanzada en dicho examen teórico.

### **DESCRIPCIÓN DE LAS PRUEBAS QUE FORMARÁN PARTE DE LA EVALUACIÓN ÚNICA FINAL ESTABLECIDA EN LA “NORMATIVA DE EVALUACIÓN Y DE CALIFICACIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE GRANADA”**

#### **PROCEDIMIENTO Y PLAZOS DE SOLICITUD DE EVALUACIÓN ÚNICA FINAL:**

Los estudiantes que se acojan a la evaluación única final a la que hace referencia el artículo 8 de la Normativa de Evaluación y de Calificación de los estudiantes de la Universidad de Granada (aprobada en Consejo de Gobierno el 9 de noviembre de 2016)( <http://sl.ugr.es/09FY>), deberán solicitarlo en las dos primeras semanas de impartición de la asignatura, o en las dos semanas siguientes a su matriculación si ésta se ha producido con posterioridad al inicio de la asignatura. El estudiante lo solicitará, a través de Sede Electrónica (<https://www.ugr.es/universidad/sede-electronica>), al Director del Departamento, alegando y acreditando las razones que le asisten para no poder seguir el sistema de evaluación continua. No obstante, por causas





excepcionales sobrevenidas y justificadas (motivos laborales, estado de salud, discapacidad, programas de movilidad, representación o cualquier otra circunstancia análoga), podrá solicitarse la evaluación única final fuera de los citados plazos, bajo el mismo procedimiento administrativo.

El Director del Departamento al que se dirigió la solicitud, oído el profesorado responsable de la asignatura, resolverá la solicitud en el plazo de diez días hábiles. Transcurrido dicho plazo sin que el estudiante haya recibido respuesta expresa por escrito, se entenderá estimada la solicitud.

#### DESCRIPCIÓN DE LAS PRUEBAS DE EVALUACIÓN:

La evaluación única final consistirá en la realización de un examen de los contenidos tanto teóricos como prácticos relacionados con los contenidos de la asignatura tanto en convocatoria de examen ordinaria como extraordinaria. En este caso, el peso de las calificaciones de la componente teórica y práctica de la asignatura será respectivamente de 3/5 (6 puntos sobre 10) y de 2/5 (4 puntos sobre 10) de la calificación final. En cuanto a las pruebas que formarán parte de la componente práctica, podrá consistir en la resolución de ejercicios, casos prácticos, y/o cualquier otro tipo de prueba que se considere necesaria para acreditar que el estudiante ha adquirido la totalidad de las competencias descritas en la presente Guía Docente de la Asignatura. La calificación final del estudiante será la suma de la calificación obtenida en la componente teórica del examen y la componente práctica siempre y cuando el alumno haya superado al menos 1/3 de la calificación que corresponde al examen de cada una de las partes (teoría o práctica).

### ESCENARIO A (ENSEÑANZA-APRENDIZAJE PRESENCIAL Y NO PRESENCIAL)

#### ATENCIÓN TUTORIAL

##### HORARIO

(Según lo establecido en el POD)

##### HERRAMIENTAS PARA LA ATENCIÓN TUTORIAL

Las tutorías tendrán lugar de manera individualizada de manera preferentemente no presencial y de manera asíncrona o síncrona, según necesidad, durante el horario fijado por el profesor.  
En caso de trabajos en equipo, las tutorías podrán ofrecerse a varios componentes del equipo.

El estudiante deberá contactar por email con el profesor y, en caso necesario se dará cita para ser atendido a través de Google Meet, o bien presencialmente (en el despacho del profesor), en caso de que sea necesario y las circunstancias sanitarias y la normativa universitaria lo permitan.  
Adicionalmente, el estudiante puede también utilizar la herramienta Foro de Prado para plantear dudas y cuestiones generales.

#### MEDIDAS DE ADAPTACIÓN DE LA METODOLOGÍA DOCENTE

- Para el caso de las clases teóricas o prácticas que no puedan realizarse presencialmente se utilizarán las herramientas síncronas y asíncronas de docencia no presencial habilitadas por la Universidad. Así, se utilizará PRADO para alojar el material docente, y GoogleMeet para el desarrollo de clases virtuales síncronas.

#### MEDIDAS DE ADAPTACIÓN DE LA EVALUACIÓN (Instrumentos, criterios y porcentajes sobre la calificación final)

Convocatoria Ordinaria



<ul style="list-style-type: none"> <li>La prueba de la convocatoria ordinaria (examen teórico) seguirá los mismos instrumentos, criterios y porcentajes que los descritos en el apartado general referido a la evaluación ordinaria. Se podrán realizar presencialmente siempre y cuando lo permitan las condiciones sanitarias y la normativa universitaria. En caso contrario se podrán realizar a través de Prado.</li> </ul>	
Convocatoria Extraordinaria	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las pruebas de la convocatoria extraordinaria (examen teórico y en su caso práctico) seguirá los mismos instrumentos, criterios y porcentajes que los descritos en el apartado general referido a la evaluación extraordinaria. Se podrán realizar presencialmente siempre y cuando lo permitan las condiciones sanitarias y la normativa universitaria. En caso contrario se podrán realizar a través de Prado.</li> </ul>	
Evaluación Única Final	
<ul style="list-style-type: none"> <li>La prueba de la convocatoria ordinaria y extraordinaria seguirá los mismos instrumentos, criterios y porcentajes que los descritos en el apartado general referido a la evaluación única final. Se podrán realizar presencialmente siempre y cuando lo permitan las condiciones sanitarias y la normativa universitaria. En caso contrario se podrán realizar a través de Prado.</li> </ul>	
<b>ESCENARIO B (SUSPENSIÓN DE LA ACTIVIDAD PRESENCIAL)</b>	
ATENCIÓN TUTORIAL	
<b>HORARIO</b> (Según lo establecido en el POD)	<b>HERRAMIENTAS PARA LA ATENCIÓN TUTORIAL</b> (Indicar medios telemáticos para la atención tutorial)
Las tutorías tendrán lugar de manera individualizada de manera no presencial y de manera asíncrona o síncrona, según necesidad, durante el horario fijado por el profesor. En caso de trabajos en equipo, las tutorías podrán ofrecerse a varios componentes del equipo.	El estudiante deberá contactar por email con el profesor y, en caso necesario se dará cita para ser atendido a través de Google Meet. Adicionalmente, el estudiante puede también utilizar la herramienta Foro de Prado para plantear dudas y cuestiones generales.
MEDIDAS DE ADAPTACIÓN DE LA METODOLOGÍA DOCENTE	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Para el caso de las clases teóricas o prácticas se utilizarán las herramientas síncronas y asíncronas de docencia no presencial habilitadas por la Universidad. Así, se utilizará PRADO para alojar el material docente, y GoogleMeet para el desarrollo de clases virtuales síncronas.</li> </ul>	
MEDIDAS DE ADAPTACIÓN DE LA EVALUACIÓN (Instrumentos, criterios y porcentajes sobre la calificación final)	
Convocatoria Ordinaria	
<ul style="list-style-type: none"> <li>La prueba de la convocatoria ordinaria (examen teórico) seguirá los mismos instrumentos, criterios y porcentajes que los descritos en el apartado general referido a la evaluación ordinaria. Se realizará a través de Prado.</li> </ul>	



#### Convocatoria Extraordinaria

- Las pruebas de la convocatoria extraordinaria (examen teórico y en su caso práctico) seguirá los mismos instrumentos, criterios y porcentajes que los descritos en el apartado general referido a la evaluación extraordinaria. Se realizarán a través de Prado.

#### Evaluación Única Final

- La prueba de la convocatoria ordinaria y extraordinaria seguirá los mismos instrumentos, criterios y porcentajes que los descritos en el apartado general referido a la evaluación única final. Se realizarán a través de Prado.

#### **INFORMACIÓN ADICIONAL** (Si procede)

El estudiante debe tener muy en cuenta que en cualquier trabajo presentado por el estudiante está totalmente prohibido hacer una copia literal ("copiar y pegar") o una traducción literal de contenidos extraídos de fuentes de información de Internet, o de cualquier otro tipo de fuente. Una copia literal de contenidos y/o sin citar adecuadamente supondrá la anulación de toda su evaluación continua y el suspenso en la asignatura. Sí que es del todo recomendable que se hagan consultas previas de otras fuentes para contrastar datos, profundizar en conceptos, descubrir nuevas ideas, etc. En caso de que se requiera comentar estas consultas, el estudiante tendrá que indicar las fuentes utilizadas en forma de referencia bibliográfica a pie de página siguiendo algún estilo de citación (por ejemplo, el estilo de citación APA), teniendo en cuenta que siempre se requiere un comentario personal de las ideas extraídas.

El sistema de calificaciones se expresará mediante calificación numérica de acuerdo con lo establecido en el art. 5 del R. D 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y validez en el territorio nacional.

Todo lo relativo a la evaluación se regirá por la Normativa de evaluación y calificación de los estudiantes vigente en la Universidad de Granada, que puede consultarse en: <http://sl.ugr.es/09FY>

Los profesores realizarán las comunicaciones generales al grupo que estimen oportunas a través de la plataforma PRADO de la Universidad de Granada (<https://prado.ugr.es>), por lo que se recomienda que el estudiante consulte de manera habitual dicha plataforma.

