

MÓDULO	MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CRÉDITOS	TIPO
Estrategias de Marketing	Distribución Comercial	4ª	7º	6	Optativa
PROFESOR(ES)⁽¹⁾			DIRECCIÓN COMPLETA DE CONTACTO PARA TUTORÍAS (Dirección postal, teléfono, correo electrónico, etc.)		
Grupo A: Francisca Fuentes Moreno Grupo B: Profesor pendiente por contratar COORDINADOR DE LA ASIGNATURA: Francisca Fuentes Moreno			Dpto. Comercialización e Investigación de Mercados, Fac. de Ciencias Ec. y Empresariales Francisca Fuentes Moreno: Dcho: A224, Tlf: 958242377 http://sl.ugr.es/ffuentes Profesor por contratar: Consultar en web		
			HORARIO DE TUTORÍAS		
			Consultar en directorio de la Universidad de Granada: http://sl.ugr.es/DeCIM		
GRADO EN EL QUE SE IMPARTE			OTROS GRADOS A LOS QUE SE PODRÍA OFERTAR		
Grado en Administración y Dirección de Empresas			Grado en Marketing e Investigación de Mercados Grado en Economía Grado en Finanzas y Contabilidad Grado en Turismo		
PRERREQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES (si procede)					
No se requieren.					
BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS (SEGÚN MEMORIA DE VERIFICACIÓN DEL GRADO)					

¹ 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/))

- Marco teórico para la comprensión de los canales de distribución.
- Tipología de canales de distribución.
- Diseño y evaluación de los canales de distribución.
- Sistemas de distribución.
- El comercio minorista.
- El comercio mayorista.

COMPETENCIAS GENERALES Y ESPECÍFICAS

- **Competencias generales:**
 - CG2: Habilidad para analizar y buscar información proveniente de fuentes diversas aplicables al ámbito de estudio.
 - CG6: Capacidad de análisis y síntesis
 - CG9: Capacidad de organización y planificación
 - CG14: Poder transmitir información, ideas y soluciones sobre problemas planteados.
 - CG16: Sensibilidad hacia temas ambientales y sociales.
- **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.

OBJETIVOS (EXPRESADOS COMO RESULTADOS ESPERABLES DE LA ENSEÑANZA)

Con esta materia se pretende que el estudiante alcance una comprensión del papel fundamental de la Distribución Comercial en la gestión de las empresas y en la economía.

- Conocer el área de distribución comercial y analizar las utilidades y servicios que ofrece la distribución comercial.
- Valorar la importancia de la distribución en el ámbito nacional y europeo y las principales tendencias de cara al futuro.
- Conocer los sistemas de organización del canal de distribución.
- Describir la estructura de los canales de distribución y sus funciones.
- Describir los distintos tipos de intermediarios existentes en el mercado, así como sus características y funciones desarrolladas.
- Reflexionar sobre los cambios producidos en la intermediación tras la irrupción de nuevos modelos comerciales relacionados con las nuevas tecnologías y el comercio electrónico.
- Reconocer la relevancia del servicio al cliente en la gestión minorista.
- Saber utilizar los diferentes modelos para la delimitación de las áreas comerciales.
- Ser capaz de evaluar el atractivo económico de un área comercial.
- Conocer los factores que influyen en la localización del establecimiento y entender los principales métodos para seleccionar el mejor emplazamiento.
- Conocer los factores que determinan el surtido de un establecimiento comercial, las distintas políticas para su configuración.
- Entender los factores a tener en cuenta en la fijación de precios, los métodos para su determinación y las diferentes estrategias.
- Comprender los principales conceptos para la rentabilidad del punto de venta.
- Comprender el conjunto de técnicas y herramientas del merchandising.



TEMARIO DETALLADO DE LA ASIGNATURA

PARTE I: MARCO TEÓRICO DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

TEMA 1 : La distribución comercial

1. Distribución comercial: definición, objetivo y características
2. La distribución comercial y la generación de valor.
3. Importancia de la distribución comercial en la economía y en la sociedad

TEMA 2: La intermediación en la distribución comercial

1. El papel de los intermediarios en la distribución comercial
2. Criterios de clasificación de los intermediarios en el canal

TEMA 3: Los canales de distribución

1. Concepto de canal de distribución
2. Estructura y clasificación de los canales

TEMA 4: El grado de integración de los intermediarios en el canal

1. Introducción
2. El comercio independiente
3. El comercio asociado
4. El comercio integrado

PARTE II: LOS TIPOS DE INTERMEDIARIOS EN EL CANAL DE DISTRIBUCIÓN

TEMA 5: La intermediación mayorista

1. Naturaleza y servicios que presta el intermediario mayorista
2. Clasificación de la intermediación mayorista
3. Opciones estratégicas para la empresa comercial mayorista

TEMA 6: La intermediación minorista.

1. Introducción
2. Naturaleza y funciones del comercio minorista.
3. Formatos comerciales minoristas
4. Formatos comerciales minoristas con establecimiento
5. Formatos comerciales minoristas sin establecimiento
6. Tendencias en el comercio minorista

TEMA 7: Los intermediarios electrónicos: Internet y comercio electrónico.



1. Internet como canal de distribución: El comercio electrónico
2. Tipologías de comercio electrónico
3. Contribución de un sitio web al marketing mix
4. El comercio electrónico en Europa y España

PARTE III: ESTRATEGIAS DE LA EMPRESA DETALLISTA Y DISEÑO DE SUS ACTIVIDADES DE MARKETING

TEMA 8: Dirección comercial de la empresa detallista: el consumidor en el comercio minorista

1. Introducción
2. Selección de los establecimientos minoristas por el consumidor
3. Tipos de clientes en las empresas minoristas
4. Calidad de servicio y gestión de la atención al cliente en establecimientos minoristas

TEMA 9: Decisiones de localización de empresas detallistas: evaluación espacial y selección del lugar de ubicación.

1. La decisión de localización
2. Etapas en el análisis espacial del mercado
3. Las áreas comerciales: Definición de áreas comerciales y delimitación de áreas comerciales.

TEMA 10: Estrategias del distribuidor: surtido, precios y decisiones de merchandising en el punto de venta

1. Introducción
2. Estrategias de surtido
3. Estrategias de fijación del precio en la empresa minorista. Análisis de la rentabilidad del punto de venta
4. La rentabilidad del punto de venta. El concepto de beneficio directo del producto BDP.
5. Decisiones de merchandising en el punto de venta.

ACTIVIDADES PRÁCTICAS: ☑

- Casos prácticos relacionados con la materia.
- Comentarios y análisis crítico de lecturas de prensa.
- Análisis de Informes.
- Análisis de estadísticas oficiales relacionadas con la materia.
- Ejercicios de geolocalización con la plataforma Geomarketing XPERT

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA FUNDAMENTAL:

- AMAGO, F.S. (2000). *Logística y marketing geográfico: geomarketing para tomar decisiones visualmente*. Logis Book 2000.
- APARICIO, G. y ZORRILLA P. (2015). *Distribución Comercial en la era omnicanal*, Editorial Pirámide.
- DE JUAN VIGARAY, M. D. (2004). *Comercialización y Retailing*. Pearson Educación S.A. Disponible con conexión VPN de a la plataforma Elibro.
- DÍEZ DE CASTRO, E. (Coord.) (2015). *Distribución Comercial*, 3ª edición, Editorial McGraw-Hill. Disponible con conexión VPN de UGR a la plataforma Ingebook:
- CASARES RIPOL, J. (2013). *Distribución Comercial*. Civitas Ediciones, 4ª edición. Disponible con conexión VPN a la biblioteca electrónica de UGR.



MARAVAR TARIFA, G. (Coord.) (2005). *Distribución Comercial*, Editorial UOC.

MARTÍNEZ, F.J. y MARAVAR, G. (Coord.) (2009). *Distribución Comercial*, Ediciones Delta.

MORENO JIMÉNEZ, A.(2001). *Geomarketing con sistemas de información geográfica*. Universidad Autónoma d Madrid. Departamento de Geografía General.

MOLINILLO JIMÉNEZ, S.(2014). *Distribución comercial aplicada*. Editorial Esic, 2ª edición.

RODOLFO PAZ, H. (2008). *Canales de distribución: gestión comercial y logística* (Tercera edición ed.). (U. Editor, Ed.). Disponible con conexión VPN de UGR en https://granatensis.ugr.es/permalink/34CBUA_UGR/1p2iirq/alma991014243415404990

SIEIRA VALPUESTA, M. y PONZOA CASADO, J.M. (2018). *MK Ret@il: del comercio presencial al e-commerce*. ESIC Editorial. Madrid. Disponible con acceso VPN en ProQuest).

SOMALO PECIÑA, I. (2017). *El comercio electrónico: una guía completa para gestionar la venta online*. ESIC EDITORIAL (Disponible con acceso VPN en ProQuet).

SORET LOS SANTOS, I. (2006). *Logística y marketing para la distribución comercial*. Editorial Esic.

VÁZQUEZ, R. Y TRESPALACIOS, J. (2006): *Estrategias de Distribución Comercial: Diseño del canal de distribución y relación entre fabricantes y detallistas*, Editorial Thomson.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

AYALA, David (2020) *Visibilidad online "Inmortaliza tu marca"*. **Editorial:** Anaya Multimedia

CORRAL, Leticia (2020). *Gana más vendiendo a empresas "Una guía paso a paso de marketing B2B online y offline "*. Editorial: Marcombo

CRUZ ROCHE, I. (1999). *Los Canales de Distribución de Productos de gran consumo. Concentración y competencia*, Editorial Pirámide.

DOMÉNECH, J. (2000). *Trade Marketing*, ESIC Editorial, Madrid.

FERNÁNDEZ MARTÍNEZ, Juan Antonio (2020). *Gestión de productos y promociones en el punto de venta*. **Editorial:** Marcombo.

MIQUEL, S.; PARRA, F.; L'HERMIE, C.; MIQUEL, M. (1999). *Distribución Comercial*, ESIC Editorial.

PELTON, L., STRUTTON, D. Y LUMPKIN, J. (1999). *Canales de Marketing y distribución comercial*, Editorial McGraw-Hill.

PERIS, S. M. (2008). *Distribución comercial*. Esic Editorial.

RODRÍGUEZ, I. (2000). *Marketing.com. Marketing y comercio electrónico en la sociedad de la información*, Editorial ESIC & Pirámide.

RODRÍGUEZ, I. (2006) *Principios y estrategias de marketing*. Editorial UOC.

SAINZ DE VICUÑA, J. (1996). *Distribución Comercial: Opciones estratégicas*, ESIC Editorial.

STERN, L. W.; EL ANSARY, A.; COUGHLAN, A. Y CRUZ, I. (1999). *Canales de comercialización*, 5ª Edición, Prentice Hall.

VILLAR, J. (2020). *Cómo hacer que tu tienda venda sola "Cómo diseñar cada rincón de tu tienda para influir en tus clientes y fomentar la compra impulsiva"*. Editorial: Libros de Cabecera. Disponible en Proquest.

ENLACES RECOMENDADOS

- Secretaria de Estado de Comercio. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo: <https://comercio.gob.es/es-es/Paginas/Index.aspx>
- Instituto de Comercio Exterior: <http://www.icex.es>
- Mercasa: <http://www.mercasa.es>
- Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución: <http://www.anged.es>
- INEbase: <https://www.ine.es/dyngs/INEbase/listaoperaciones.htm>



METODOLOGÍA DOCENTE

Las actividades formativas se podrán desarrollar desde una metodología participativa y aplicada que se centra en el trabajo del estudiante individual y grupal.

El curso se desarrollará durante el primer cuatrimestre durante 3 horas semanales de clase.

Las clases serán de tipo teórico y de tipo práctico. Se seguirá una metodología de aprendizaje activa por parte del estudiante. Concretamente se aplicará la metodología de aula invertida o *flipped classroom*, como un método idóneo para que el alumnado asuma un papel activo en su propio aprendizaje y en el que se combina el aprendizaje individual con el aprendizaje en grupo. La aplicación de esta metodología requiere que los alumnos trabajen de manera individual de manera asíncrona en la realización de las funciones de visualización de materiales y repaso de contenidos. Posteriormente durante las clases (ya sean presenciales o no presenciales, según las circunstancias sanitarias), una vez que el estudiante ha asimilado de manera razonada y crítica los materiales aportados, se realizarán las actividades en clase que requieren, dependiendo de la tarea, un mayor nivel de reflexión, razonamiento, liderazgo y colaboración y, por tanto, un alto desarrollo de los procesos cognitivos como aplicar, analizar, evaluar y crear.

Para que se valore la actividad práctica del estudiante será necesaria la participación activa del estudiante en los debates propuestos, el planteamiento de cuestiones de interés que contribuyan al debate y además contestar y entregar al profesor las cuestiones que éste plantee sobre cada actividad.

Con estas actividades se pretenden alcanzar los siguientes objetivos:

- a. Que el estudiante se habitúe a leer de forma reflexiva artículos y casos prácticos relacionados con los contenidos desarrollados en la asignatura.
- b. Desarrollar en el estudiante la capacidad de síntesis y reflexión sobre las actividades planteadas.
- c. Familiarizar al estudiante con la selección y el uso de las fuentes de información a utilizar para acceder a la información necesaria.
- d. Desarrollar las habilidades comunicativas (a través del lenguaje escrito y oral)
- e. Desarrollar en los estudiantes la capacidad de crítica y de análisis.
- f. Que el estudiante se familiarice con la exposición y defensa de ideas y opiniones en público.

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

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 entre otras, las siguientes:

- Prueba escrita: exámenes de ensayo, pruebas objetivas, resolución de problemas, casos o supuestos,
- Pruebas de respuesta breve, informes y diarios de clase.
- Pruebas orales: exposiciones de trabajos orales en clase, individuales o en grupo, sobre contenidos de la asignatura y sobre ejecución de tareas prácticas correspondientes a competencias concretas.

En la asignatura Distribución Comercial se someterá a evaluación tanto los aspectos teóricos como los desarrollos prácticos de la asignatura. En lo que hace referencia al sistema de evaluación, 3/5 de la calificación final (6 puntos sobre 10) corresponderá a pruebas en las que se evaluarán los conocimientos teóricos del estudiante, mientras que



los 2/5 de la calificación corresponderán a la evaluación de la componente práctica (4 puntos sobre 10).

La calificación final del estudiante será el resultante de sumar la calificación obtenida en la evaluación de los contenidos teóricos más la calificación de la parte práctica, siempre y cuando el estudiante haya superado los mínimos planteados en cada modalidad de evaluación.

El estudiante que no se presente a la evaluación de los contenidos teóricos en la convocatoria ordinaria o extraordinaria constará como No Presentado en las actas de la asignatura, independientemente de la calificación obtenida en prácticas, al suponer las pruebas teóricas más del 50% de la ponderación de la calificación final de la asignatura.

A continuación se especifica los detalles de la evaluación de las dos componentes teórica y práctica de la asignatura tanto en convocatoria ordinaria como en convocatoria extraordinaria:

CONVOCATORIA ORDINARIA

Evaluación del contenido teórico:

La evaluación del contenido teórico se realizará mediante una prueba o examen que se desarrollará en la fecha fijada por el centro. La prueba podrá contener preguntas de ensayo y/o de respuesta objetiva; elección múltiple, emparejamiento, de selección o de doble alternativa de respuesta. En las preguntas de respuesta objetiva, se planteará un sistema de penalización de las respuestas contestadas erróneamente, para evitar el acierto por respuesta al azar.

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).

Evaluación del contenido práctico:

Con carácter general la evaluación del contenido práctico 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 las cuestiones, ejercicios y casos prácticos que determine el profesor, así como la presentación oral de determinados informes o ejercicios.

Para aprobar la asignatura se requiere que el alumno obtenga al menos 1/3 de la calificación correspondiente (1.33 puntos sobre 4).

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.

La suma de las calificaciones de la componente teórica y práctica será la calificación final del alumno en convocatoria ordinaria, siempre que haya superado el mínimo planteado en ambas componentes: En caso de que en cualquiera de las componentes no se alcance el mínimo exigido, la calificación que constará en actas será la de aquella componente que no supere los mínimos exigidos.

CONVOCATORIA 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. Renuncian así automáticamente a la nota de la componente práctica obtenida durante la evaluación continua. Dicho examen tendrá un valor de 4 puntos sobre 10. Para aprobar la asignatura se requiere que el alumno obtenga al menos 1/3 de la calificación correspondiente (1.33 puntos sobre 4).

La suma de las calificaciones de la componente teórica y práctica será la calificación final del alumno en convocatoria ordinaria, siempre que haya superado el mínimo planteado en ambas componentes: En caso de que en cualquiera de las componentes no se alcance el mínimo exigido, la calificación que constará en actas será la de aquella componente que no supere los mínimos exigidos.

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 lo anterior, 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 LA PRUEBA 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. El peso de las calificaciones de la componente teórica y práctica de la asignatura será respectivamente de 6 puntos en la teoría y de 4 puntos en la práctica.

- La prueba teórica podrá contener preguntas de ensayo y/o de respuesta objetiva; elección múltiple, emparejamiento, de selección o de doble alternativa de respuesta. En las preguntas de respuesta objetiva, se planteará un sistema de penalización de las respuestas contestadas erróneamente, para evitar el acierto por respuesta al azar. 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).
- En cuanto a la prueba 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. Para aprobar la asignatura se requiere que el alumno obtenga al menos 1/3 de la calificación correspondiente (1.33 puntos sobre 4).

La calificación final del estudiante será la suma de la calificación obtenida en la componente teórica y la componente práctica siempre y cuando el alumno haya superado al menos 1/3 de la calificación que corresponde a cada una de las partes (teoría o práctica). En caso de que en cualquiera de las componentes no se alcance el mínimo exigido, la calificación que constará en actas será la de aquella componente que no supere los mínimos exigidos.

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

- La prueba de la convocatoria ordinaria seguirá los mismos instrumentos, criterios y porcentajes que los descritos en el apartado general referido a la evaluación ordinaria. Se realizará presencialmente siempre y cuando lo permitan las condiciones sanitarias y la normativa universitaria. En caso contrario se podrán realizar a través de Prado.

Convocatoria Extraordinaria

- La prueba 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



<p>extraordinaria. Se realizará presencialmente siempre y cuando lo permitan las condiciones sanitarias y la normativa universitaria. En caso contrario se podrán realizar a través de Prado.</p>	
<p>Evaluación Única Final</p>	
<ul style="list-style-type: none"> 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 realizará presencialmente siempre y cuando lo permitan las condiciones sanitarias y la normativa universitaria. En caso contrario se podrán realizar a través de Prado. 	
<p>ESCENARIO B (SUSPENSIÓN DE LA ACTIVIDAD PRESENCIAL)</p>	
<p>ATENCIÓN TUTORIAL</p>	
<p>HORARIO (Según lo establecido en el POD)</p>	<p>HERRAMIENTAS PARA LA ATENCIÓN TUTORIAL (Indicar medios telemáticos para la atención tutorial)</p>
<p>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.</p>	<p>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.</p>
<p>MEDIDAS DE ADAPTACIÓN DE LA METODOLOGÍA DOCENTE</p>	
<ul style="list-style-type: none"> 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 Google Meet para el desarrollo de clases virtuales síncronas. 	
<p>MEDIDAS DE ADAPTACIÓN DE LA EVALUACIÓN (Instrumentos, criterios y porcentajes sobre la calificación final)</p>	
<p>Convocatoria Ordinaria</p>	
<ul style="list-style-type: none"> La prueba de la convocatoria ordinaria 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. 	
<p>Convocatoria Extraordinaria</p>	
<ul style="list-style-type: none"> La prueba 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 realizará a través de Prado. 	
<p>Evaluación Única Final</p>	
<ul style="list-style-type: none"> 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 realizará a través de Prado. 	



INFORMACIÓN ADICIONAL(Si procede)

El estudiante tiene que 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.

Es requisito indispensable que el alumno utilice la cuenta @go.ugr.es para acceder a las sesiones de videoconferencia a través de Google Meet.

