

Ficha de adaptación de las Guías Docentes a la docencia y evaluación no presencial

Datos de identificación	
Asignatura	27409 Fundamentos de Marketing
Titulación	Economía

Adaptaciones en la evaluación	
¿Se modifica el apartado 3 referido a la evaluación?	SI
¿A qué centros afecta la adaptación?	FECCEM
En el caso de que afecte a la Facultad de Economía y Empresa (FECCEM), ¿existen diferencias entre los grupos?	No X Sí <input type="checkbox"/> En caso de que haya diferencias entre los grupos, debe especificarse y detallarse la adaptación propuesta en cada uno de los grupos
Indique, en su caso, la adaptación propuesta en la fila posterior	

La evaluación de la asignatura se realizará en las **DOS convocatorias oficiales** a través de un sistema de evaluación **GLOBAL**. Dicho sistema constará de **dos partes** en las cuales el estudiante deberá demostrar que ha alcanzado los resultados de aprendizaje previstos. La primera de ellas (**PARTE I**) será común para todos los alumnos (examen final obligatorio en la convocatoria oficial) con valor de 5 puntos; la segunda parte (**PARTE II**), que representa los 5 puntos restantes, presenta dos opciones: i) realizar una serie de actividades durante el curso (Sistema A), y/o ii) realizar una serie de preguntas adicionales a contestar en el examen final obligatorio (Sistema B).

A continuación se detallan cada una de las partes del sistema de evaluación:

PARTE I: Prueba escrita final de 5 puntos a realizar, de manera online, en las fechas oficiales marcadas por el Centro. Versará sobre los aspectos teóricos y teórico-prácticos basados en el programa de la asignatura que figura en el apartado "*Actividades de aprendizaje programadas*". Se realizarán preguntas cortas y tipo test. Se exigirá una **puntuación mínima de 1,25 puntos** en esta prueba **para que se pueda sumar la nota** obtenida en la **PARTE II**. Se evaluarán tanto la adquisición de conocimientos y el aprendizaje de conceptos clave de la asignatura como la capacidad de razonamiento, argumentación y la aportación de ideas, conclusiones o soluciones de los ejercicios o casos propuestos.

PARTE II: Representa un máximo de 5 puntos sobre la calificación final, los cuales se pueden **conseguir mediante uno** de los siguientes sistemas:

SISTEMA A: requiere la realización, a lo largo del semestre, de TRES ACTIVIDADES, DOS de ellas se desarrollarán en grupo y UNA se desarrollará de manera individual. Dichas actividades son:

- 1) **Participación en la wiki de clase** (1 punto). La actividad consta de dos partes. Por un lado, la búsqueda y planteamiento de preguntas relativas al temario de la asignatura sobre un caso real (noticias encontradas en prensa generalista y no específica de marketing) que es subida a la wiki de clase y comentada posteriormente por dicho grupo en clase o a través de google meet. Se obtendrá una puntuación máxima de 0.5 puntos. Como mínimo cada grupo deberá subir al menos un caso.

Por otro lado, además, el grupo deberá realizar comentarios y responder a las preguntas de los casos propuestos por el resto de grupos en, al menos, el 90% de los casos propuestos. Esta actividad tiene una puntuación máxima de 0.5 puntos. Se valorará el razonamiento, la aportación de ideas y argumentos aportados en la respuesta aportada en cada caso.

- 2) **Realización de un ejercicio práctico y su posterior exposición oral** en clase síncrona a través de google meet. El ejercicio versará sobre el **DAFO** de una empresa o entidad real. Su valoración será de un máximo de 2 puntos.

Se valorará la creatividad aportada en la exposición, las habilidades comunicativas, así como el acierto en la realización del DAFO, identificando correctamente cada uno de sus elementos, las propuestas de mejora para la empresa y la justificación o nueva argumentación aportada para el mismo por la búsqueda de más información relevante para el caso a analizar incluyendo correctamente dichas referencias bibliográficas.

3) Resolución de un ejercicio práctico y/o teórico-práctico relacionado con la segmentación de mercados.

Es una actividad individual que se realizará a través de la plataforma Moodle de la asignatura en las fechas marcadas por el centro para la realización de pruebas continuas. Concretamente entre el 27 y el 30 de mayo. Se obtendrá una puntuación máxima de 2 puntos. Se valorará la precisión en los cálculos realizados, así como la adecuación de las repuestas a los contenidos teóricos y prácticos desarrollados durante el curso.

NO ES NECESARIA LA REALIZACIÓN DE TODAS LAS ACTIVIDADES para obtener una calificación en el Sistema A. Así, dadas las actuales circunstancias derivadas del estado de alarma por el COVID 19, **se recomienda a todos los alumnos** que realicen la actividad 3 (*Resolución de un ejercicio práctico y/o teórico-práctico relacionado con la segmentación de mercados*). La nota obtenida en las actividades realizadas dentro del Sistema A será conocida por los alumnos antes de la realización de la prueba escrita (Parte I) en la fecha oficial.

SISTEMA B), consistente en una serie de preguntas adicionales (teórico-prácticas y prácticas), similares a las realizadas a lo largo del semestre, en la fecha oficial marcada por el Centro. Estas actividades, realizadas de manera online, tendrían una calificación máxima de 3 puntos (*“Resolución de un ejercicio práctico y/o teórico-práctico relacionado con la segmentación de mercados” 2 puntos y “Preguntas teórico-prácticas” 1 punto*). Además, en esa fecha y antes del inicio de la prueba, el alumno deberá entregar un ejercicio individual consistente en el DAFO de una empresa o entidad real. Dicha entidad será distinta a la analizada/s en el Sistema A. La valoración de esta actividad será de un máximo de 2 puntos, y se seguirán los mismos criterios de valoración que los usados para valorar el DAFO del Sistema A, excepto en lo relativo a la exposición del trabajo.

La prueba **Global** se realizará de manera online en las fechas oficiales marcadas por el Centro. Consistirá en la realización por **todos** los alumnos de la **PARTE I** y, en relación a la **PARTE II**, se pueden dar las siguientes posibilidades:

- Los alumnos que hayan **realizado todas las actividades** del **Sistema A**, sólo tendrán que realizar la Parte I;
- Los alumnos que hayan realizado **alguna** de las **actividades** del **Sistema A** (*“wiki”, “DAFO” y/o “ejercicio práctico y/o teórico-práctico de segmentación”*) tendrán que realizar la Parte I más las preguntas adicionales correspondientes a la actividad no realizada;
- Los alumnos que no hayan realizado **ninguna** de las **actividades** del **Sistema A** tendrán que realizar toda la prueba.

Para superar la asignatura la suma de las calificaciones de ambas partes (PARTE I + PARTE II) deberá ser igual o superior a 5, siendo necesario obtener un **mínimo de 1,25 puntos en la PARTE I**.

La evaluación en **segunda convocatoria** se llevará a cabo mediante una prueba global de dos partes, las cuales siguen el mismo sistema y los mismos requisitos que lo establecido en la primera convocatoria. Los alumnos que hayan realizado el sistema A, total o parcialmente, mantendrán la nota obtenida para la segunda convocatoria.

En cualquier caso, tanto en la Parte I como en la Parte II se utilizarán los siguientes criterios de evaluación generales:

- Adecuación de las repuestas a los contenidos teóricos y prácticos desarrollados durante el curso académico según el programa de la asignatura.
- Precisión y claridad expositiva en las respuestas.
- Precisión en el uso de la terminología.
- Expresión escrita correcta, presentación adecuada y corrección ortográfica.

NOTA: En cualquier prueba el estudiante podrá ser grabado, pudiendo este ejercer sus derechos por el procedimiento indicado en

https://protecciondatos.unizar.es/sites/protecciondatos.unizar.es/files/users/lopd/gdocencia_reducida.pdf

Adaptaciones en la metodología docente

¿Se modifica el apartado 4 referido a la metodología?	SI
¿A qué centros afecta la adaptación?	FECHEM
En el caso de que afecte a la Facultad de Economía y Empresa (FECHEM), ¿existen diferencias entre los grupos?	No <input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> En caso de que haya diferencias entre los

	grupos, debe especificarse y detallarse la adaptación propuesta en cada uno de los grupos
Indique, en su caso, la adaptación propuesta en la fila posterior	
<p>Clases teóricas expositivas. Desde el 15 de marzo de 2020, se han impartido clases síncronas teóricas. Para ello, se proporcionaba previamente parte del material a los alumnos a través de la plataforma Moodle. En el horario oficial de la asignatura, los alumnos se conectaban a través de google meet. El profesor impartía su clase de manera similar al modo presencial (2 horas a la semana). Así, se impartían las lecciones magistrales por el profesor, con el principal objetivo de transmitir las nociones de la asignatura de una forma clara, sintética y amena. Para fomentar el interés y la participación de los alumnos así como para mejorar su capacidad de retención de las nociones expuestas, se usaron materiales audiovisuales. Se proporcionaba a los alumnos a través del chat de meet, los links correspondientes para, por ejemplo, ver determinados anuncios. Se veían y se ponían posteriormente en común relacionando lo visionado con los conceptos teóricos analizados. Con estos materiales se pretende ejemplificar la teoría explicada con la realidad de las organizaciones, enfatizando de esta manera la utilidad práctica de los conocimientos transmitidos. Además, se muestran y comentan numerosos ejemplos actuales de las estrategias de marketing desarrolladas por las empresas. De esta manera, la clase magistral es participativa, y en ella se resuelvan dudas y se establecen, en ocasiones, debates.</p> <p>Clases prácticas. En las cuales es necesaria la participación y el trabajo del alumno para solucionar problemas, casos prácticos, discusión de temas de actualidad, comentario de lecturas y actividades interactivas. Se contempla la realización de estas actividades tanto de forma individual como en grupo.</p> <p>Las clases prácticas se realizan de forma virtual mediante google meet. En ellas se realizan distintas actividades en las que la participación de los alumnos se hace a través de google meet (bien usando el chat o de forma oral). Las presentaciones de los trabajos y exposición de noticias también se realizan usando este dispositivo y los alumnos comparten su pantalla para compartir el ppt de la exposición.</p> <p>Además, se contempla el uso de otras herramientas interactivas como el Kahoot para conseguir una participación de todos los alumnos que asisten a la clase virtual. Ello permite ver si los conceptos vistos en la parte teórica de la asignatura se han entendido.</p>	

Confirмо que hemos informado de las adaptaciones propuestas a la Dirección del departamento.

Profesor/es responsables de la asignatura que han participado en esta adaptación de la Guía Docente	
---	--