

MÓDULO	MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CRÉDITOS	TIPO
Mención en Gestión de la Información en la Web	Análítica y Márketing Web	4º	1º	6	Optativa
PROFESORES			DIRECCIÓN COMPLETA DE CONTACTO PARA TUTORÍAS (Dirección postal, teléfono, correo electrónico, etc.)		
<ul style="list-style-type: none"> Francisco Liébana Cabanillas (3 crd): Temas del 1 al 5 María Dolores García Santiago (3 crd): Temas del 6 al 8 			Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de Granada Francisco Liébana Cabanillas Despacho A207 franlieb@ugr.es		
			Departamento de Información y Comunicación Facultad de Comunicación y Documentación Universidad de Granada Colegio Máximo de Cartuja María Dolores García Santiago Despacho D (312) mdolo@ugr.es		
			HORARIO DE TUTORÍAS Y/O ENLACE A LA PÁGINA WEB DONDE PUEDAN CONSULTARSE LOS HORARIOS DE TUTORÍAS		
			Francisco Liébana Cabanillas https://directorio.ugr.es/static/PersonalUGR/*/show/08fc20686431d7734703cf62835b92dd María Dolores García Santiago https://directorio.ugr.es/static/PersonalUGR/*/show/070c9ff8f2d0d92092f22ee8e5900826		

GRADO EN EL QUE SE IMPARTE	OTROS GRADOS A LOS QUE SE PODRÍA OFERTAR
Grado en Información y Documentación	
PRERREQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES (si procede)	
<p>Tener conocimientos adecuados sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Documentos hipertexto y metadatos • El funcionamiento de la World Wide Web para buscar y recuperar información 	
BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS (SEGÚN MEMORIA DE VERIFICACIÓN DEL GRADO)	
<ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento SEO (Search Engine Optimization), SEM (Search Engine Marketing), SMM (Social Media Marketing) y SMO (Social Media Optimization). • Community Manager • Análítica web 	
COMPETENCIAS GENERALES Y ESPECÍFICAS	
<p>Competencias básicas y generales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • CG2 - Solidez en los conocimientos básicos de la profesión. • CG5 - Habilidades de utilización de herramientas informáticas aplicables al ámbito del Marketing e Investigación de Mercados. • CG7 - Capacidad para la resolución de problemas. • CG8 - Capacidad para la toma de decisiones. • CG10 - Capacidad de trabajo en equipo e carácter interdisciplinar y en un contexto internacional. • CG16 - Capacidad de aprendizaje de forma autónoma. • CG17 - Capacidad de adaptación a las necesidades • CG18 – Creatividad o habilidad para generar nuevas ideas. • CG19 - Capacidad de liderazgo • CG24 – Motivación e interés por la calidad en el área. • CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio. • 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 • CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía. <p>Competencias Transversales de Título relacionadas con la asignatura</p> <ul style="list-style-type: none"> • T05. Tener conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio 	



- T06. Saber gestionar la información
- T07. Resolver problemas
- T13. Reconocer la diversidad y la multiculturalidad
- T14. Razonar de manera crítica
- T17. Saber adaptarse a nuevas situaciones
- T22. Estar motivado por la calidad

Competencias Específicas

- CE11 - Utilizar y poner en práctica métodos, técnicas y herramientas informáticas y de redes de comunicación (hardware y software) para la implantación, desarrollo y explotación de sistemas de información.
- CE17 - Identificar los puntos fuertes y débiles de una organización, de un producto o de un servicio, establecer y utilizar indicadores, elaborar soluciones para mejorar la calidad.

OBJETIVOS (EXPRESADOS COMO RESULTADOS ESPERABLES DE LA ENSEÑANZA)

- Conocer los fundamentos sobre la analítica y monitorización web.
- Identificar las herramientas utilizadas en la actualidad para analizar el tráfico en páginas webs
- Reconocer las necesidades de la empresa y aplicar las métricas necesarias para su mejora.
- Ser capaz de plantear una estrategia de analítica web a través de herramientas específicas para este fin.
- Realizar eficazmente informes que faciliten la toma de decisiones en relación a la mejora de la web

TEMARIO DETALLADO DE LA ASIGNATURA

TEMARIO TEÓRICO:

- Tema 1: Internet en cifras desde una perspectiva comercial. Introducción. Aplicación comercial de Internet. Comercio electrónico. Internet como herramienta de marketing. Tendencias del marketing en Internet
- Tema 2: El consumidor en internet. Segmentación y posicionamiento. Introducción. La adopción de Internet como canal de información y de compra. El comportamiento del consumidor en Internet. Segmentos del mercado electrónico. Posicionamientos con éxito.
- Tema 3: La generación de valor en Internet. Introducción. Cadena de valor virtual. Valor intrínseco y extrínseco de un sitio web. Negocio electrónico y generación de valor. La co-creación de valor en Internet.
- Tema 4: Precio, producto y oferta online. Introducción. Nuevos productos y oportunidades. Estrategia de marca en Internet. Las comunidades de marca. Estrategia de precios y medios de pago. Costes de búsqueda y de cambio. Eficiencia del mercado electrónico.
- Tema 5: Gestión del contacto con el cliente: comunicación y distribución. Introducción. Proceso de comunicación en Internet. El mix de comunicación en Internet. Internet como canal de distribución. Nuevos modelos y estrategias de distribución.
- Tema 6. Introducción a la analítica web. Definición de la analítica web. Conceptos fundamentales. La analítica web como actividad de la Business Intelligence. Métodos de medición. La analítica web en el marketing digital. Aspectos estratégicos de la Analítica Web. Ratios.
- Tema 7. Análisis web y Herramientas para el análisis web. Análisis del SEO. Los paneles de control de analítica web. Recuperación, filtrado y presentación de la información. Herramientas analíticas: Google Analytics.
- Tema 8. Analítica web en medios sociales y analítica web avanzada. Analítica social. Big Data y Viewability

TEMARIO PRÁCTICO:

Se relacionan con los conceptos y técnicas incluidos en el temario teórico

Práctica 1. Caso práctico sobre el comportamiento del consumidor en internet (Temas 1-3)

Práctica 2. Marketing-mix en entornos digitales (Temas 4-5)



Práctica 3. Caso práctico de analítica web (Tema 7)
Práctica 4 Caso práctico de analítica web avanzada (Tema 8)

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA FUNDAMENTAL:

- ACERA GARCÍA, M. A. (2014). Analítica Web. Editorial Anaya Multimedia . 304 p . ISBN - 10: 8441531471, ISBN - 13: 978 - 8441531475
- ALBERDI, M.J., & FLEMING, P. (2000). Hablemos de marketing interactivo - reflexiones sobre marketing digital y comercio electrónico. ESIC.
- AWAD, E.M. (2007). Comercio electrónico. Anaya.
- BRIZ, J., & LASO, I. (2001). Internet y comercio electrónico. Madrid: Esic.
- CASTAÑEDA, J.A., & LUQUE, T. (2004). Diseños de investigación comercial en Internet: Oportunidades y Limitaciones. Investigación y Marketing, 84, 20-28.
- CHAFFEY, D. & ELLIS-CHADWICK, F. (2014). Marketing Digital. Estrategia, Implementación y Práctica. Pearson.
- CHARDONNEAU, R. (2014) Google Analytics: analice el tráfico de su sitio web para mejorar los resultados: incluye Universal Analytics. Ediciones ENI.
- CHARLESWORTH, A. (2009). Internet Marketing. A practical approach. Burlington, M.A.: Elsevier.
- CLIFTON, B. (2012). Advanced web metrics with Google Analytics. John Wiley & Sons.
- CRUZ, A. (2009). Marketing electrónico pymes. RA-MA.
- CUETO ALVAREZ DE SOTOMAYOR, L., SOLER HERREROS, C., & ENTREMONZAGA AYUSO, R. (2005). Técnicas de análisis de posicionamiento. *El profesional de la información* , ISSN 1386 - 6710, Vol. 14, n. 1. p. 14 - 20. <http://www.elprofesionaldeinformacion.com/contenidos/2005/enero/2.pdf>
- CUTRONI, J. (2007). Google analytics. O'Reilly Media, Inc..
- DE ANDRÉS, S. (2009). Quiero que mi empresa salga en Google: Secretismo y realidad del posicionamiento en buscadores. S. de Andrés.
- DE LEÓN, L., & BURGOS, D. (2001). Comercio electrónico, publicidad y marketing en Internet. McGraw-Hill Interamericana.
- GARCÍA CRUZ, R. (coord.) (2000). Empresas españolas en los mercados internacionales. Madrid: Esic Editorial.
- GARCÍA GÓMEZ, J. (2006). Posicionamiento y visibilidad web de las bibliotecas públicas españolas: situación actual y estrategias de desarrollo. En: Congreso Nacional de Bibliotecas Públicas. La biblioteca pública, espacio ciudadano: actas. http://travesia.mcu.es/portalanb/jspui/bitstream/10421/583/1/actas_congreso3bp.pdf
- GAY, R., CHARLESWORTH, A., & ESEN, R. (2007). Online marketing. A customer-led approach. New York: Oxford University Press.
- GONZÁLEZ FERNÁNDEZ - VILLAVICENCIO, N. y otros (2013). Revisión y propuesta de indicadores (KPI) de la biblioteca en los medios sociales. Revista española de documentación científica, ISSN 0210 - 0614, Vol. 36, n. 1, 2013. <http://redc.revistas.csic.es/index.php/redc/issue/archive>
- HAUGDVEDT, C.P., MACHLEIT, K.A., & YALCH, R.F. (2005). Online consumer psychology. Understanding and influencing consumer behavior in the virtual world. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- JANAL, D.S. (2000). Marketing en Internet. Cómo lograr que la gente visite, compre y regrese a su sitio web. Pearson Education.
- KAUSHIK, A. (2011). Analítica Web 2.0: El arte de analizar resultados y la ciencia de centrarse en el cliente. Grupo Planeta (GBS).
- KOTABE, M., & HELSEN, K. (2007). Global marketing management. John Wiley & Sons.
- LEDFORD, J. L., TEIXEIRA, J., & TYLER, M. E. (2011). Google analytics. John Wiley and Sons.
- LOVETT, John. Social media: métricas y análisis. Madrid: Anaya Multimedia, D.L 2012



- LUQUE, T., & CASTAÑEDA, J.A. (2007): Internet y Valor de Negocio. En Yagüe, M.J. Nuevos enfoque del marketing y la creación de valor (pp. 397-416). Ediciones Mediterráneo.
- MORENO INOCENCIO, A., & LECUMBERRI GOYENECHE, E. (2014). Marketing en buscadores: SEM, SEO y analítica web.
- MUÑOZ VERA, G., & FIGUEROA, T. (2011). El arte de medir: manual de analítica web. Profit Editorial, 2011.
- RODRÍGUEZ, A.M., & SÁNCHEZ, M.J. (2005). Marketing en Internet. Estrategia y empresa. Madrid: Pirámide.
- RODRÍGUEZ, I. (2014). Marketing Digital y Comercio Electrónico. Pirámide.
- RODRÍGUEZ-BURREL, J. (2009). Google analytics: bueno, bonito y gratis. El profesional de la información, vol. 18, no 1, p. 67-71. <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2009/enero/16.pdf>
- SERRANO-COBOS, J. (2014). Big data y analítica web. Estudiar las corrientes y pescar en un océano de datos. El profesional de la información, 23(6), 561-565.
- VALLEZ, M., ROVIRA FONTANALS, C., CODINA BONILLA, L. & PEDRAZA-JIMÉNEZ, R. (2010). Procedimientos para la extracción de palabras clave de páginas web basados en criterios de posicionamiento en buscadores. Hipertext. net, 8. https://www.upf.edu/hipertextnet/numero-8/extraccion_keywords.html

ENLACES RECOMENDADOS

- Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (<http://www.ontsi.red.es/ontsi/>)
 - Estudio sobre comercio electrónico B2C
 - La sociedad en Red
 - Las TICs en los hogares españoles
- Instituto Nacional de Estadística (<http://www.ine.es>)
 - Encuesta de uso de TIC y comercio electrónico en las empresas
 - Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares
 - Indicadores del sector de tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC)
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (<http://www.aimc.es>)
 - Audiencia de Internet en el EGM
 - Navegantes en la Red
- Recopilación de modelos de aceptación tecnológica:
http://www.vvenkatesh.com/it/organizations/theoretical_models.asp
- Think with Google: <http://www.thinkwithgoogle.com/tools/customer-journey-to-online-purchase.html>
- Google my Business: <https://www.google.com/business/>
- SEO en Google:
<https://docs.google.com/file/d/0B0wmU0ZWgxQGZmlyMGE3Y2EtNDM3Yy00Yzg5LWI0ODAtNDNmZmE4NjYzNjA1/edit?hl=es>
- SEM en Google: <http://es.slideshare.net/C.../manual-oficial-de-google-adwords>

METODOLOGÍA DOCENTE

- Clases de teoría (lección magistral): Mediante la exposición oral del profesor y usando los medios tecnológicos adecuados, se exponen los contenidos desde una perspectiva general, ordenados sistemáticamente, aunque se hace imprescindible la participación por parte del alumnado, ya que es cuando él deberá reflexionar, recordar, preguntar, criticar y participar activamente en su desarrollo.
- Simultáneamente se facilitará al alumno tanto una bibliografía útil, como direcciones de internet para consulta sobre cada uno de los temas. Se recomienda al alumno tomar sus propios apuntes, junto a las anotaciones que crea oportunas sobre el material que puede suministrar el profesor. En estas clases los alumnos adquieren principalmente las competencias conceptuales que son específicas de la asignatura. Se podrán impartir a todo el grupo a la vez (grupo grande).



- Clases de problemas y/o de prácticas: En ellas, el profesor expondrá a los alumnos supuestos prácticos y problemas relativos al ámbito de estudio con la finalidad de que vayan adquiriendo las capacidades y habilidades (competencias procedimentales) identificadas en las competencias. Para facilitar esta adquisición, los alumnos deberán enfrentarse a la resolución de problemas o prácticas propuestos propiciando el trabajo autónomo, independiente y crítico. Estas clases se podrán desarrollar o en el aula o en el laboratorio de informática según los medios tecnológicos necesarios para la adquisición de las competencias y deberán impartirse en grupos de tamaño pequeño.
- Seminarios: En este caso, grupos reducidos de alumnos tutelados por el profesor, estudian y presentan al resto de compañeros algún trabajo relacionado con la asignatura tanto con la parte de teoría como de prácticas. De este modo, se propicia un ambiente participativo de discusión y debate crítico por parte del alumnado, tanto del grupo que expone como del que atiende a la explicación. Mediante los trabajos en grupo y los seminarios se refuerzan las competencias específicas, las competencias transversales (instrumentales, personales y sistémicas) y las competencias actitudinales planteadas en la asignatura.
- Tutorías: En ellas se, aclararán u orientarán de forma individualizada o por grupos reducidos, los contenidos teóricos y/o prácticos a desarrollar en las diferentes actividades formativas descritas anteriormente.
- Trabajo autónomo del alumnado: Estudio de los contenidos de los diferentes temas, resolución de problemas y análisis de cuestiones teórico-prácticas, elaboración de trabajos tutelados tanto de teoría como de prácticas, actividades no presenciales grupales, así como el trabajo realizado en la aplicación de los sistemas de evaluación.

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 asignatura, se utilizará un sistema de evaluación diversificado, seleccionando las técnicas de evaluación más adecuadas en cada momento, que permita poner de manifiesto los diferentes conocimientos y capacidades adquiridos por el alumnado. De acuerdo con la "Normativa de evaluación y de calificación de los estudiantes de la Universidad de Granada aprobada por Consejo de Gobierno en su sesión extraordinaria de 20 de mayo de 2013, el alumno podrá optar por dos métodos de evaluación claramente diferenciados: 1) evaluación continua, 2) evaluación única final (Artículo 6.2).

EVALUACIÓN CONTINUA

Pruebas escritas: exámenes de desarrollo, exámenes de tipo test, resolución de problemas, casos o supuestos, pruebas de respuesta breve, informes y diarios de clase, trabajos periódicos escritos.

Pruebas orales: exposición oral de trabajos en clase, individuales o en grupo, sobre contenidos de la asignatura (seminario) y sobre ejecución de tareas prácticas correspondientes a competencias concretas.

Esta evaluación se desarrollará a lo largo de todo el semestre, sin excepción. Los contenidos teórico-prácticos a evaluar estarán compuestos por el material utilizado durante el curso, tanto los facilitados en la Plataforma Prado como en clase, así como la bibliografía indicada en la presente guía.

Calificación global: La asignatura se evalúa teniendo en cuenta un 30% la nota de teoría y un 70% la nota de prácticas. Para superar la asignatura, y sumar las puntuaciones alcanzadas en la parte de teoría y la parte práctica como nota final, será necesario tener una calificación superior al 40% de la nota correspondiente a cada parte, debiendo alcanzar la nota final de 5.

Las evaluaciones teóricas parciales serán de tipo elección múltiple y se realizarán durante el propio semestre. La nota de teoría será obtenida de la media aritmética de las pruebas teóricas solicitadas y realizadas durante el curso. Por lo tanto, toda prueba no entregada o no realizada, tendrá una puntuación de cero.

La nota de práctica se calculará mediante la media aritmética de las prácticas solicitadas y realizadas durante el curso. Por lo tanto, toda prueba no entregada o no realizada, tendrá una puntuación de cero.



La calificación del período de evaluación continua será reflejada en el acta de la convocatoria ordinaria de junio. Los alumnos cuya calificación de la evaluación continua sea menor a cinco puntos, deberán presentarse al examen correspondiente a la convocatoria extraordinaria.

INFORMACIÓN SOBRE EL PLAGIO

1. La Universidad de Granada fomentará el respeto a la propiedad intelectual y transmitirá a los estudiantes que el plagio es una práctica contraria a los principios que rigen la formación universitaria. Para ello procederá a reconocer la autoría de los trabajos y su protección de acuerdo con la propiedad intelectual según establezca la legislación vigente.
2. El plagio, entendido como la presentación de un trabajo u obra hecho por otra persona como propio o la copia de textos sin citar su procedencia y dándolos como de elaboración propia, conllevará automáticamente la calificación numérica de cero en la asignatura en la que se hubiera detectado, independientemente del resto de las calificaciones que el estudiante hubiera obtenido. Esta consecuencia debe entenderse sin perjuicio de las responsabilidades disciplinarias en las que pudieran incurrir los estudiantes que plagien.
3. De acuerdo con el artículo 14.3 de la Normativa de Evaluación y de Calificación de los Estudiantes de la Universidad de Granada, los trabajos y materiales entregados por parte de los estudiantes tendrán que ir firmados con una declaración explícita en la que se asume la originalidad del trabajo, entendida en el sentido de que no ha utilizado fuentes sin citarlas debidamente. El plagio conllevará automáticamente la calificación numérica de cero, además de las responsabilidades disciplinarias en las que se pudiera incurrir.

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”

De acuerdo con el artículo 6.2 de la Normativa de Evaluación y de Calificación de los Estudiantes de la Universidad de Granada, se podrá realizar una evaluación única final a la que podrán acogerse aquellos estudiantes que no puedan cumplir con el método de evaluación continua por motivos laborales, estado de salud, discapacidad o cualquier otra causa debidamente justificada que les impida seguir el régimen de evaluación continua.

Para acogerse a la evaluación única final, el estudiante, en las dos primeras semanas de impartición de la asignatura, lo solicitará al Director/a del Departamento de Información y Documentación, quien dará traslado al profesorado correspondiente, alegando y acreditando las razones que le asisten para no poder seguir el sistema de evaluación continua. Transcurridos diez días sin que el estudiante haya recibido respuesta expresa y por escrito del Director del Departamento de Información y Documentación, se entenderá que ésta ha sido desestimada.

La evaluación única final consiste en:

- La entrega de video presentaciones a través de Prado o Google Drive (hasta 2 de los temas teóricos y hasta 2 de los temas prácticos), de hasta 10 minutos cada una.
- La entrega de los trabajos teóricos y prácticos previstos en la fecha que se le indique en la Plataforma Prado
- Un acto de defensa de los mismos tendrá lugar el día de la convocatoria oficial de examen para la asignatura.

Los contenidos teórico-prácticos a evaluar estarán compuestos por el material utilizado durante el curso, tanto los facilitados en la Plataforma Prado como en clase, así como la bibliografía indicada en la presente guía. La calificación obtenida supone el 100% de la nota final de la asignatura.

ESCENARIO A (ENSEÑANZA-APRENDIZAJE PRESENCIAL Y NO PRESENCIAL)

ATENCIÓN TUTORIAL

HORARIO

HERRAMIENTAS PARA LA ATENCIÓN TUTORIAL



(Según lo establecido en el POD)	(Indicar medios telemáticos para la atención tutorial)
El indicado para cada docente de manera nominal en directorio.ugr.es	<ul style="list-style-type: none"> • Tutorías presenciales en el despacho, siguiendo las medidas sanitarias correspondientes. • Sistema de videoconferencia (casos justificados. Más información a través de Prado) • Chat individual a través de Prado
MEDIDAS DE ADAPTACIÓN DE LA METODOLOGÍA DOCENTE	
<ul style="list-style-type: none"> • La docencia se realizará observando las medidas sanitarias indicadas en cada momento por la Universidad de Granada. • Se utilizará la plataforma Prado como herramienta de apoyo a la docencia presencial. Además de como canal de comunicación para tutorías a través de su servicio de correo electrónico, mensajería individual, etc. • Se utilizarán foros en la plataforma Prado. 	
MEDIDAS DE ADAPTACIÓN DE LA EVALUACIÓN (Instrumentos, criterios y porcentajes sobre la calificación final)	
Convocatoria Ordinaria	
<p>Esta evaluación se desarrollará a lo largo de todo el semestre, sin excepción. Los contenidos teórico-prácticos a evaluar estarán compuestos por el material utilizado durante el curso, tanto los facilitados en la Plataforma Prado como en clase, así como la bibliografía indicada en la presente guía.</p> <p>La asignatura se evalúa teniendo en cuenta un 30% la nota de teoría y un 70% la nota de prácticas. Para superar la asignatura, y sumar las puntuaciones alcanzadas en la parte de teoría y la parte práctica como nota final, será necesario tener una calificación superior al 40% de la nota correspondiente a cada parte (4 de 10), debiendo alcanzar la nota final de 5.</p> <p>La calificación de la parte práctica consistirá en la media simple de las pruebas realizadas durante el curso. Y la calificación de la parte teórica consistirá en la media simple de las pruebas realizadas durante el curso. Por lo tanto, toda prueba no realizada, tendrá una puntuación de cero.</p> <p>La parte teórica constará de la correcta entrega de ensayos a través de Prado en fecha y hora y/o pruebas objetivas presenciales. La parte práctica consistirá en la entrega de trabajos escritos para resolución de problemas, casos o supuestos" a través de Prado. Las instrucciones y plazos de entrega para cada prueba serán indicadas en la plataforma Prado</p> <p>La calificación del período de evaluación continua será reflejada en el acta de la convocatoria ordinaria. Los alumnos cuya calificación de la evaluación continua sea menor a cinco puntos, deberán presentarse al examen correspondiente a la convocatoria extraordinaria.</p>	
Convocatoria Extraordinaria	
<ul style="list-style-type: none"> • Consistirá en la entrega previa de un trabajo individual en la plataforma Prado y una prueba oral presencial que consistirá en la presentación y defensa de dicho trabajo y en que se valorarán conocimientos tanto teóricos como prácticos. • El trabajo individual se enviará en tiempo y forma, a través de envío de tarea la plataforma Prado y 	



<p>observando las instrucciones y condiciones indicadas para la realización del mismo. Una vez entregado el trabajado práctico a cada alumno se le indicará la hora exacta de realización del examen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La exposición y defensa oral del trabajo práctico solicitado para esta convocatoria y que debe cumplir las pautas indicadas en las instrucciones facilitadas para tal efecto. En dicha presentación se debe demostrar el conocimiento y aplicación de los conceptos teóricos vistos durante el curso. Para ello el profesorado dispondrá de un tiempo para realizar las preguntas sobre el trabajo presentado que considere pertinentes. Una vez entregado el trabajado práctico se informará en Prado de la dirección de la sala abierta para tal efecto, así como la hora exacta de realización del examen. Si, por problemas técnicos no se pudiera emplear esta herramienta se notificará en Prado la aplicación alternativa. • Criterios de evaluación: claridad en la exposición, manejo de vocabulario técnico, demostración del conocimiento de los conceptos teóricos y prácticos vistos durante el curso y capacidad de aplicación a casos. Todo ello debe estar también reflejado en las respuestas a los profesores. • Porcentaje: la calificación obtenida supone el 100% de la nota final de la asignatura. 	
Evaluación Única Final	
<p>Los alumnos que tengan concedida la evaluación única final tendrán que:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entregar los trabajos teóricos y prácticos previstos en la fecha que se le indique. • Asimismo, el/la estudiante, entregará una serie de video presentaciones a través de Prado o Google Drive (hasta 2 de los temas teóricos y hasta 2 de los temas prácticos), de hasta 10 minutos cada una, <p>La calificación obtenida supone el 100% de la nota final de la asignatura.</p>	
ESCENARIO B (SUSPENSIÓN DE LA ACTIVIDAD PRESENCIAL)	
ATENCIÓN TUTORIAL	
HORARIO (Según lo establecido en el POD)	HERRAMIENTAS PARA LA ATENCIÓN TUTORIAL (Indicar medios telemáticos para la atención tutorial)
El indicado para cada docente de manera nominal en directorio.ugr.es	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema de videoconferencia • Chat individual a través de Prado
MEDIDAS DE ADAPTACIÓN DE LA METODOLOGÍA DOCENTE	
<ul style="list-style-type: none"> • La docencia se realizará observando las medidas sanitarias indicadas en cada momento por la Universidad de Granada. • Se utilizará la plataforma Prado como herramienta para la docencia en línea y como apoyo a la docencia presencial. Además de como canal de comunicación para tutorías a través de su servicio de correo electrónico, mensajería individual, etc. • Se utilizarán programas de videoconferencia para clases magistrales así como foros y chats. 	
MEDIDAS DE ADAPTACIÓN DE LA EVALUACIÓN (Instrumentos, criterios y porcentajes sobre la calificación final)	
Convocatoria Ordinaria	



Esta evaluación se desarrollará a lo largo de todo el semestre, sin excepción. Los contenidos teórico-prácticos a evaluar estarán compuestos por el material utilizado durante el curso, tanto los facilitados en la Plataforma Prado como en clase, así como la bibliografía indicada en la presente guía.

La asignatura se evalúa teniendo en cuenta un 30% la nota de teoría y un 70% la nota de prácticas. Para superar la asignatura, y sumar las puntuaciones alcanzadas en la parte de teoría y la parte práctica como nota final, será necesario tener una calificación superior al 40% de la nota correspondiente a cada parte (4 de 10), debiendo alcanzar la nota final de 5.

La parte teórica constará de entrega de ensayos a través de Prado y/o pruebas escritas tipo test (o en su defecto prueba oral a través de Google Meet u otro servicio de videoconferencia). La parte práctica consistirá en la entrega de trabajos escritos para resolución de problemas, casos o supuestos" a través de Prado. Las instrucciones y plazos de entrega para cada prueba serán indicadas en la plataforma Prado.

La calificación de la parte práctica consistirá en la media simple de las pruebas realizadas durante el curso. Y la calificación de la parte teórica consistirá en la media simple de las pruebas realizadas durante el curso. Por lo tanto, toda prueba no realizada, tendrá una puntuación de cero. La calificación del período de evaluación continua será reflejada en el acta de la convocatoria ordinaria. Los alumnos cuya calificación de la evaluación continua sea menor a cinco puntos, deberán presentarse al examen correspondiente a la convocatoria extraordinaria.

Convocatoria Extraordinaria

- Consistirá en la entrega previa de un trabajo individual en la plataforma Prado y una prueba oral que consistirá en la presentación y defensa de dicho trabajo y en que se valorarán conocimientos tanto teóricos como prácticos. Esta prueba oral será a través Google Meet u otro servicio de videoconferencia.
- El trabajo individual se enviará en tiempo y forma, a través de envío de tarea la plataforma Prado y observando las instrucciones y condiciones indicadas para la realización del mismo. Una vez entregado el trabajado práctico a cada alumno se le indicará la hora exacta de realización del examen y enlace de conexión.
- La exposición y defensa del trabajo práctico solicitado para esta convocatoria es oral y debe cumplir las pautas indicadas en las instrucciones facilitadas para tal efecto. En dicha presentación se debe demostrar el conocimiento y aplicación de los conceptos teóricos vistos durante el curso. Para ello el profesorado dispondrá de un tiempo para realizar las preguntas sobre el trabajo presentado que considere pertinentes. Una vez entregado el trabajado práctico se informará en Prado de la dirección de la sala abierta para tal efecto, así como la hora exacta de realización del examen. Si, por problemas técnicos no se pudiera emplear esta herramienta se notificará en Prado la aplicación alternativa.
- Criterios de evaluación: claridad en la exposición, manejo de vocabulario técnico, demostración del conocimiento de los conceptos teóricos y prácticos vistos durante el curso y capacidad de aplicación a casos. Todo ello debe estar también reflejado en las respuestas a los profesores.
- Porcentaje: la calificación obtenida supone el 100% de la nota final de la asignatura.

Evaluación Única Final

Los alumnos que tengan concedida la evaluación única final tendrán que:

- Entregar los trabajos teóricos y prácticos previstos en la fecha que se le indique a través de Prado. Asimismo, el/la estudiante, entregará una serie de video presentaciones a través de Prado o Google Drive (hasta 2 de los temas teóricos y hasta 2 de los temas prácticos), de hasta 10 minutos cada una.



La calificación obtenida supone el 100% de la nota final de la asignatura.

INFORMACIÓN ADICIONAL (Si procede)

Herramientas utilizadas:

- Correo electrónico de la UGR
- Mensajería y foro a través de la plataforma Prado
- Google Meet u otro servicio de videoconferencia.

