

**Adaptación a Docencia No Presencial y cambios en los procesos de  
evaluación provocados por el Estado de Alarma-COVID 19**  
(Asignaturas del segundo y tercer trimestre)

**Máster Universitario en Dirección de Marketing**

<b>ASIGNATURA:</b>	<b>31391 Desarrollo de Competencias para la Dirección de Marketing</b>
<b>Profesores</b>	<b>José Luis Méndez García de Paredes/Mercedes Rozano Suplet</b>
Actividades de docencia online propuestas	<p><b>TAREAS ONLINE:</b></p> <p>Tarea grupal: Toma de decisiones juego de simulación Markstrat (periodicidad semanal). Total 12 decisiones (10+2 prueba)</p> <p>Tarea grupal: Informe plan de marketing juego de simulación Markstrat (entrega 18 mayo)</p> <p>Tarea grupal: Informe mystery shopper taller canal Farmacia (entrega 13 marzo)</p> <p>Tarea individual: Objetivos y Plan de Acción (entrega 30 marzo)</p> <p>Tarea individual: Análisis Interno y Competencias Interpersonales (entrega 30 marzo)</p> <p>Tarea individual: realización CV (versión preliminar y mejorado) (entrega 22 abril)</p> <p>Tarea grupal: Caso práctico Liderazgo y gestión de conflictos (entrega 29 abril)</p> <p><b>SESIONES CLASES ONLINE (Sesiones síncronas y asíncronas):</b></p> <p><b>Realizadas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 11 marzo sesión asíncrona con grabación de sesión (ppt y Word)</li> <li>- 18 y 25 marzo sesión síncrona a través de aplicación Zoom</li> </ul> <p><b>Programadas y pendientes de realizar</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 15, 22 y 29 abril</li> </ul> <p><b>SESIONES TUTORÍAS ONLINE (síncronas)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Para todos los equipos en el juego de simulación Markstrat (periodicidad semanal desde 11 marzo hasta 11 mayo)</li> <li>- Personales para resolución de dudas individuales (bajo demanda estudiante)</li> </ul>
Propuesta de evaluación ordinaria (online) – detalle de ponderaciones	<p>Tarea grupal: Toma de decisiones juego de simulación Markstrat (25%)</p> <p>Tarea grupal: Informe plan de marketing juego de simulación Markstrat (25%)</p> <p>Tarea grupal: Informe mystery shopper taller canal Farmacia (10%)</p> <p>Tarea individual: Objetivos y Plan de Acción (10%)</p> <p>Tarea individual: Análisis Interno y Competencias Interpersonales (10%)</p> <p>Tarea individual: realización CV (versión preliminar y mejorado) (15%)</p> <p>Tarea grupal: Caso práctico Liderazgo y gestión de conflictos (10%)</p> <p>NO HAR EXAMEN FINAL. EVALUACIÓN CONTINUA.</p>
Propuesta de evaluación extraordinaria (online).	Realización plan de marketing. MODALIDAD ASÍNCRONA.
Revisión de exámenes	Asignación de tutoría a través de programa Zoom o Team, previa petición del estudiante.

<b>ASIGNATURA:</b>	<b>DIRECCIÓN DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN</b>
<b>Profesores</b>	<b>GONZALO MORENO WARLETA</b>
Actividades de docencia online propuestas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los estudiantes han incorporado al profesor a su grupo de Whatsapp, de manera que la <u>coordinación es inmediata y en tiempo real</u> desde la semana (12.03.2020).</li> <li>• Se imparten <u>clases síncronas</u> en el mismo horario de clase (usando Zoom), desde el 19.03.2020.</li> <li>• La única sesión perdida, se ha recuperado mediante 2 estudios de caso que se van a entregar <u>un ejercicio escrito adicional</u> que se puntuará para la nota final, reduciendo el peso del examen.</li> <li>• Los alumnos realizarán <u>4 presentaciones</u> en total de manera remota. Aunque todos deberán prepararlas, sólo 4 grupos serán escogidos aleatoriamente para presentar, por motivos de tiempo.</li> <li>• Los trabajos y ejercicios se entregan online mediante email o Moodle.</li> </ul>
Propuesta de evaluación ordinaria (online) – detalle de ponderaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 punto máx. por la actividad en el taller de farmacias.</li> <li>- 1 punto máx. por encuestas online (ecommerce) y pre-análisis de resultados.</li> <li>- 1 punto máx. por informe de caso Touroperación (3 páginas + anexos) - en grupo.</li> <li>- 1 punto máx. por informe de caso Alice (3 páginas + anexos) - en grupo.</li> <li>- 1 punto máx. por un informe sobre las actividades que podamos hacer (ej: redactar un informe de conclusiones, a elegir: Mercadona, Mercamadrid, Logisfashion y/o AECOC)</li> <li>- 5 puntos por el examen final tipo test online en Moodle modalidad "Síncrona".</li> </ul>
Propuesta de evaluación extraordinaria (online).	En convocatoria extraordinaria los estudiantes tendrán que completar dos ejercicios online: Un test por 50%, modalidad "Síncrona", y un análisis de caso por el restante 50%, modalidad "Asíncrona".
Revisión de exámenes (online)	Tanto en la convocatoria ordinaria como en la extraordinaria está previsto disponer de la preceptiva revisión de exámenes, mediante la realización de reunión individualizada a través de email, Microsoft Teams (u otra aplicación online, si la anterior no estuviese disponible), previa cita, con cada estudiante que lo solicite mediante el procedimiento que se establecerá para garantizar el ejercicio de este derecho en condiciones similares a las que se dispone en las condiciones de docencia presencial.

<b>ASIGNATURA:</b>	<b>Modelos de comportamiento de compra para la toma de decisiones en marketing</b>
<b>Profesores</b>	<b>Jaime Romero de la Fuente</b>
Actividades de docencia online propuestas	Las actividades docentes presenciales (clases en el aula, resolución conjunta de casos de empresas, y exposición de temas por parte del alumno) se han sustituido por sesiones virtuales a través de Microsoft Teams. Se complementan con los recursos docentes disponibles en Moodle. La recogida de resolución de casos y ejercicios se realiza mediante Moodle.
Propuesta de evaluación ordinaria (online) – detalle de ponderaciones	La evaluación ordinaria pendiente se realizará atendiendo a las ponderaciones incluidas en la guía docente: -20% un caso de empresa resuelto en grupo. Los alumnos entregan sus casos a través de Moodle y defienden su solución mediante sesión virtual a través de Microsoft Teams. -10% exposición de un tema en grupo: Los alumnos que aún no hayan realizado su presentación lo harán mediante sesión virtual de Microsoft Teams en horario de clase. -30% un caso de empresa resuelto individualmente: el caso se resuelve a través de Moodle el día previsto (incluye un cuestionario con preguntas de respuestas cerradas y abiertas asociadas a la realización de una serie de cálculos para una base de datos dada). El profesor estará disponible para el alumno durante el desarrollo de este a través de Microsoft Teams - 40% restante ya se ha evaluado mediante entrega y debate de casos en condiciones presenciales. <b>NO HAY PRUEBA FINAL. LA EVALUACIÓN ES CONTINUA</b>
Propuesta de evaluación extraordinaria (online).	La valoración ordinaria de la asignatura consiste en su totalidad en evaluación continua. En consecuencia, la guía docente establece que en la convocatoria extraordinaria se evaluarán todas las competencias recogidas en la guía docente. La evaluación extraordinaria consistirá en la resolución de casos prácticos entregados a través de Moodle. <b>EVALUACIÓN EN MODALIDAD ASÍNCRONA.</b>
Revisión de exámenes (online)	La revisión de exámenes se realizará mediante reuniones individualizada a través de email, Microsoft Teams (u otra aplicación online, si la anterior no estuviese disponible), previa cita, con cada estudiante que lo solicite.

<b>ASIGNATURA:</b>	<b>Régimen Jurídico</b>
<b>Profesores</b>	<b>Ricardo Alonso Soto</b>
Actividades de docencia online propuestas	<p>1.-Lectura y estudio de Lecciones de derecho mercantil que cubren los temas del programa y consulta de presentaciones en Power point y documentos (Todo este material está en Moodle).</p> <p>2.-Caso práctico a resolver por el alumno y enviarlo por Email pasada la Semana Santa.</p> <p>3. Trabajo individual del alumno sobre un caso práctico del listado que aparece en Moodle.</p>
Propuesta de evaluación ordinaria (online) – detalle de ponderaciones	Examen final consistente en el comentario de una noticia aparecida en la prensa sobre derecho de la competencia y la resolución de un caso práctico La evaluación final se compondrá: 50% de la nota del examen final; 30% de la nota del trabajo individual a presentar en la fecha del examen; y 20% de las notas de las prácticas realizadas en clase y on line.
Propuesta de evaluación extraordinaria (online).	La evaluación extraordinaria consistirá en el comentario de una noticia aparecida en la prensa sobre derecho de la competencia y la resolución de un caso práctico (60%). Se tendrán en cuenta las notas de las prácticas y del trabajo individual presentado o de uno nuevo que presente el alumno (40%)
Revisión de exámenes (online)	Tanto en la convocatoria ordinaria como en la extraordinaria está previsto disponer de la preceptiva revisión de exámenes, mediante la plataforma disponible.

<b>ASIGNATURA:</b>	<b>Ignacio Redondo Bellón</b>
<b>Profesores</b>	<b>Dirección de la Comunicación Comercial</b>
Actividades de docencia online propuestas	<p>Sesiones teóricas grabadas en vídeos (de Power Point) y disponibles en Moodle.</p> <p>Los contenidos de todos los temas están resumidos en transparencias ya disponibles en Moodle.</p> <p>Una versión digital del libro básico de la asignatura (“Estrategias de publicidad y promoción”) ha sido subido a Moodle.</p> <p>Todas las dudas planteadas por los estudiantes se atienden a través del correo electrónico.</p>
Propuesta de evaluación ordinaria (online) – detalle de ponderaciones	<p><b>Test sobre lecturas complementarias</b> (5%). Ya realizado presencialmente.</p> <p><b>Ejercicio de planificación medios</b> (5%). Ya realizado presencialmente.</p> <p><b>Presentación de trabajos en grupo</b> (25%). Algunos realizados presencialmente. Los no presenciales remiten los documentos en Power Points a través de email.</p> <p><b>Test sobre creatividad publicitaria</b> (20%). Moodle el 14 de abril, en horario de clase. Su valor ha pasado del 15% al 20% teniendo en cuenta que la preparación sin clases presenciales exige un esfuerzo añadido.</p> <p><b>Caso evaluable sobre gestión de conflictos</b> (inicialmente valía un 5%). Se ha</p>

	eliminado para evitar la sobrecarga de trabajo. <b>Prueba final del curso</b> (45%). Se hará online a través de Moodle en la fecha prevista (22 de mayo). Modalidad "SINCRONA".
Propuesta de evaluación extraordinaria (online).	Una nueva prueba online será realizada a través de Moodle en la fecha prevista. Modalidad "SINCRONA".
Revisión de exámenes (online)	Tanto en la convocatoria ordinaria como en la extraordinaria está previsto disponer de la preceptiva revisión de exámenes, mediante la realización de reunión individualizada a través de email, Microsoft Teams (u otra aplicación online, si la anterior no estuviese disponible), previa cita, con cada estudiante que lo solicite mediante el procedimiento que se establecerá para garantizar el ejercicio de este derecho en condiciones similares a las que se dispone en las condiciones de docencia presencial.

<b>ASIGNATURA:</b>	<b>TFM</b>
<b>Profesores</b>	<b>Equipo docente del Master</b>
Actividades de docencia online propuestas	No existe docencia online. Se establecen reuniones virtuales para el ejercicio de tutoría de los TFM
Propuesta de evaluación ordinaria (online) – detalle de ponderaciones	La evaluación se ciñe a la aplicación de la rúbrica establecida en la guía docente, incluida la defensa del TFM de forma on line.
Propuesta de evaluación extraordinaria (online).	Defender el TFM en una nueva fecha.
Revisión de exámenes (online)	No procede

Para la resolución de cualquier duda o cuestión individual, en primer lugar, debes dirigirte al profesor de la asignatura. En caso de que sea una cuestión que no pueda responderte, puedes ponerte en contacto con el coordinador del Master ([monica.gomez@uam.es](mailto:monica.gomez@uam.es)).

Si se trata de dudas sobre las prácticas, puedes contactar con tu tutor académico (profesor de la Universidad) y, si fuera necesario, con el coordinador de prácticas del master ([anne.schmitz@uam.es](mailto:anne.schmitz@uam.es)).

Si la cuestión es sobre el TFM, contacta primero con tu tutor académico. En caso de que no pueda responderte, puedes ponerte en contacto con el coordinador del título ([monica.gomez@uam.es](mailto:monica.gomez@uam.es)).