



ADENDA PARA LA ASIGNATURA Marketing Financiero

Datos básicos de la asignatura

Titulación:	Grado en Finanzas y Contabilidad
Año plan de estudio:	2009
Centro responsable:	Facultad de Turismo y Finanzas
Nombre asignatura:	Marketing Financiero
Código asignatura:	1610044
Tipología:	OPTATIVA
Curso:	4
Periodo impartición:	Cuatrimestral
Créditos ECTS:	6
Horas totales:	150
Área/s:	Comercialización e Investigación de Mercados
Departamento/s:	Administración de Empresas y Marketing

Con motivo de la actual pandemia mundial y tras la declaración del estado de alarma, se acordó el 1 de abril de 2020 por parte de los Rectores de la Universidades públicas de Andalucía y del Consejero de Conocimiento, Empresas y Universidad de la Junta de Andalucía el mantenimiento de la docencia online hasta la finalización del presente curso académico. En cumplimiento del posterior acuerdo de 11 de abril con la DEVA se establece un marco común para la adaptación de la docencia y la evaluación en esta situación de excepcionalidad que conlleva la cumplimentación de adendas a los programas/proyectos de las asignaturas aprobado mediante acuerdo 6.2/CG de Consejo de Gobierno del 24 de abril del presente.

En virtud de dicho acuerdo los profesores de los distintos grupos de la asignatura han presentado las siguientes adendas que suman 1 de 1 grupos existentes.

Grupo 1

Este grupo está categorizado como de tipo 1.

Herramientas virtuales utilizadas y actividades planificadas modificadas

HERRAMIENTAS VIRTUALES

Para el desarrollo de las clases, actividades y tutorías dentro de la asignatura durante el período no presencial se están utilizando las siguientes herramientas virtuales:



ADENDA PARA LA ASIGNATURA Marketing Financiero

1. Herramientas vinculadas a la Plataforma de Enseñanza Virtual de la Universidad de Sevilla:

1.1. Desarrollo de Contenidos virtuales debidamente compartidos, comentados y puestos a disposición de los alumnos en la plataforma, respetando los horarios de clase oficiales, el calendario académico y la planificación docente de la asignatura.

1.2. Sesiones virtuales a través de BlackBoard Collaborate.

1.3. Foros de debate.

1.5. Anuncios.

1.4. Diseño de Tareas.

1.5. Correo mediante plataforma virtual.

2. Uso del correo electrónico web de la Universidad de Sevilla (buzonweb).

ACTIVIDADES PLANIFICADAS MODIFICADAS

1. Prueba de evaluación continua prevista para el día 13 de mayo de 2020: se mantiene en la misma fecha, pero ha sido sustituida por la realización de un informe con misma fecha máxima de entrega. Todos los aspectos de esta nueva actividad han sido consensuados con los estudiantes mediante foros de debate y correos electrónicos. La información y detalles de esta actividad están disponibles en la Plataforma de Enseñanza Virtual con varias semanas de antelación a la fecha de entrega.

2. Prueba de evaluación para estudiantes que no realizan la evaluación continua: se realizará el día 3 de junio de 2020 de forma virtual en lugar de hacerlo de forma presencial. Se ha habilitado en la plataforma de Enseñanza Virtual un anuncio con la información detallada, así como un foro de debate y respuestas a consultas mediante correo electrónico.

3. Fecha de entrega y presentación de los trabajos correspondientes a la primera parte de la asignatura: Se mantienen los inicialmente establecidos en la planificación de la asignatura, aunque sustituyendo el modo de presentación presencial por el virtual.



ADENDA PARA LA ASIGNATURA Marketing Financiero

Nuevos procedimientos de evaluación y cambios en su caso de los criterios (porcentajes) de evaluación

1. Sustitución de la modalidad presencial de presentación de los trabajos de la asignatura por vídeos y presentaciones animadas realizadas por los estudiantes, y puestas a disposición de todos ellos a través de la Plataforma de Enseñanza Virtual.

2. Sustitución de la modalidad presencial de las pruebas de evaluación escritas presenciales por pruebas de evaluación online desarrolladas mediante herramientas de la Plataforma de Enseñanza Virtual de la Universidad de Sevilla.

3. Desarrollo de clases y actividades online (casos prácticos) participativos mediante herramientas de la Plataforma de Enseñanza Virtual de la Universidad de Sevilla.

4. Cambios en los criterios (porcentajes) de evaluación continua: han sido consensuados entre la profesora de la asignatura y los estudiantes de la misma mediante foro de debate de la plataforma de Enseñanza Virtual, así como con correos electrónicos. Se ha reducido el porcentaje asignado a la prueba de examen de evaluación continua, que a su vez ha sido sustituida por la realización de un actividad-informe, y se han incrementado los porcentajes asignados tanto al trabajo de grupo como a la participación en las clases presenciales que han podido realizarse antes del estado de alarma, así como a las clases y actividades de casos prácticos online. Dichos porcentajes son los siguientes:

a) Examen (pruebas de evaluación continua): sustituido por la realización de un informe. Pasa del 60% al 25%.

b) Participación en clases presenciales (antes del estado de alarma) y online, y realización de actividades prácticas: 15%.

c) Realización y presentación online del trabajo de grupo: pasan del 40% al 60%.

5. Los estudiantes que no han seguido la evaluación continua de la asignatura podrán optar por:

5.1. Realizar el informe, cuya entrega está prevista para el día 13 de mayo (que representará el 25% de su calificación), el resto de actividades prácticas programadas,



ADENDA PARA LA ASIGNATURA Marketing Financiero

respetando sus fechas de entrega (que representará el 15% de su calificación), y la prueba de evaluación online prevista para el día 3 de junio de 2020 (que representará el 60% de su calificación).

5.2. Realizar una prueba de evaluación online el día 3 de junio, con un valor del 100% de su calificación.

Todos los estudiantes que no superen la asignatura por los medios descritos anteriormente podrán optar a realizar el examen final de junio en la fecha oficialmente establecida, en modalidad online.

Horarios y procedimiento de atención al estudiantado (tutorías)

Los horarios oficiales de atención al estudiantado quedaron establecidos y publicados por la profesora de la asignatura desde el inicio del cuatrimestre tanto en el programa de la asignatura como en la Plataforma de Enseñanza Virtual. Dichos horarios no sólo se han mantenido, sino que se han ampliado considerablemente, atendándose sus preguntas, dudas y sugerencias durante todos los días de la semana, en horarios flexibles de mañana y tarde.

Los procedimientos de atención al estudiantado han sido:

- * Mensajes de correo, foros de debate y anuncios a través de la Plataforma de Enseñanza Virtual de la US.

- * Correos electrónicos a través de la web (buzonweb) de la US.