



UNIVERSIDAD DE
MURCIA

Facultad de
Economía y Empresa

PC2-COVID19

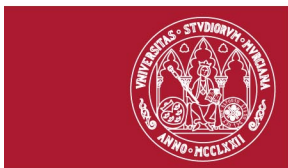
MÁSTER UNIVERSITARIO
EN MARKETING DIGITAL
Y ANALÍTICO

Sistemas Alternativos de Evaluación (SEA)

*(Versión modificada del documento aprobado en la
Comisión Permanente de la Junta de Facultad
celebrada el día 23 de abril de 2020 siguiendo
indicaciones del Rectorado)*



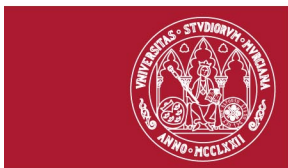
Campus Universitario de Espinardo, 30100 (España)
T. +34 868 88 3737 - www.um.es/web/economiayempresa



UNIVERSIDAD DE
MURCIA

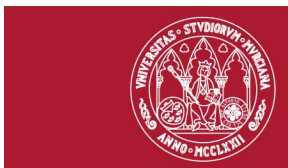
SISTEMAS ALTERNATIVOS DE EVALUACIÓN COVID-19

MASTER EN MARKETING DIGITAL Y ANALÍTICO	
Asignatura:	DIRECCIÓN DE MARKETING AVANZADO
Código de asignatura:	6694
Cuatrimestre:	PRIMER CUATRIMESTRE
Créditos ECTS:	6



UNIVERSIDAD DE
MURCIA

SISTEMAS EVALUACIÓN DEL TÍTULO	SISTEMAS DE EVALUACIÓN ASIGNATURA APROBADO EN LA GUÍA DOCENTE	SISTEMAS ALTERNATIVOS
Prueba final oral y/o escrita	Prueba final oral y/o escrita. Ponderación (50% de la calificación global de la asignatura).	El formato de examen será una prueba final escrita no presencial a través de AV. Se indicará con tiempo suficiente a través de AV las características específicas de la prueba así como su duración. Esta prueba final representa el 50% de la calificación global de la asignatura. Se indicará además con tiempo suficiente las adaptaciones necesarias en aquellos estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales atendiendo a los informes previos remitidos por el Servicio de Atención a la Diversidad y Voluntariado.
Pruebas intermedias orales y/o escritas	Prueba intermedia. Ponderación (10% de la calificación global de la asignatura).	Al tratarse de una asignatura de primer cuatrimestre todas las pruebas intermedias ya están realizadas. Por lo que no procede realizar aquí ningún cambio ni adoptar medidas excepcionales. Ponderación: 10% de la calificación global de la asignatura.
Seminarios, trabajos, prácticas e informes escritos y/o presentación pública de los mismos.	Prácticas. Ponderación (30% de la calificación global de la asignatura).	Al tratarse de una asignatura de primer cuatrimestre todas las prácticas ya están realizadas y entregadas. Por lo que no procede



UNIVERSIDAD DE
MURCIA

		realizar aquí ningún cambio ni adoptar medidas excepcionales. Ponderación: 30% de la calificación global de la asignatura.
Procedimientos de observación del trabajo del estudiante.	Asistencia a clase. Ponderación (10% de la calificación global de la asignatura).	Al tratarse de una asignatura de primer cuatrimestre la asistencia a clase ya está recogida mediante su control correspondiente. Por lo que no procede realizar aquí ningún cambio o adoptar medidas excepcionales. Ponderación: 10% de la calificación global de la asignatura.



UNIVERSIDAD DE
MURCIA

SISTEMAS ALTERNATIVOS DE EVALUACIÓN COVID-19

MASTER UNIVERSITARIO EN MARKETING DIGITAL Y ANALÍTICO	
Asignatura:	MARKETING ESTRATÉGICO Y PLANIFICACIÓN
Código de asignatura:	6695
Cuatrimestre:	PRIMER CUATRIMESTRE
Créditos ECTS:	3

SISTEMAS EVALUACIÓN DEL TÍTULO	SISTEMAS DE EVALUACIÓN ASIGNATURA APROBADO EN LA GUÍA DOCENTE	SISTEMAS ALTERNATIVOS
Prueba final oral y/o escrita	Examen de conocimiento sobre la asignatura compuesto por preguntas cortas de teoría. Esto supone un 50% de la calificación final de la asignatura.	El formato de examen será una prueba objetiva (tipo test) y llevará a cabo por medio del Aula Virtual mediante las herramientas de APUNTATE y EXAMEN. Se indicará con antelación en la convocatoria del examen el procedimiento a seguir para participar en el examen, así como su duración y el número de preguntas tipo test. Esta prueba objetiva



UNIVERSIDAD DE
MURCIA

		representa el 50% de la calificación global final de la asignatura. Se indicará además con tiempo suficiente las adaptaciones necesarias en aquellos estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales atendiendo a los informes previos remitidos por el Servicio de Atención a la Diversidad y Voluntariado.
Pruebas intermedias orales y/o escritas	----	----
Seminarios, trabajos, prácticas e informes escritos y/o presentación pública de los mismos.	Esta parte de la evaluación representa el 50% restante de la calificación final de la asignatura.	Al tratarse de una asignatura de primer cuatrimestre todos los seminarios, trabajos y prácticas ya está realizados y evaluados.
Procedimientos de observación del trabajo del estudiante.	-----	

Curso Académico 2019/2020

MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING DIGITAL Y ANALÍTICO

Nombre de la Asignatura EMPRENDIMIENTO Y MODELOS DE NEGOCIO

Código 6699

	Ponderación permitida	Guía Docente	Propuesta*
Prueba final oral y/o escrita	40-80%	Examen tipo test 40%	Examen tipo test 40%
Pruebas intermedias orales y/o escritas: Durante el curso, el alumno se enfrentará a distintas pruebas de distinta entidad y duración para demostrar su grado de seguimiento de materia impartida por el docente	10-30%	Informe de propuesta de trabajo 10%	Informe de propuesta de trabajo 10%
Pruebas de evaluación de informes escritos, prácticas y/o presentaciones orales	20-50%	Trabajo asignatura 40%	Trabajo asignatura 40%
Procedimientos de observación del trabajo del estudiante. Estos procedimientos incluyen la evaluación de la participación del alumno en clase, su implicación en distintas actividades, su cumplimiento de plazos, participación en foros, autoevaluación de cuestionarios, informes y asistencia a talleres y seminarios	10-30%	Participación y Asistencia 10%	Participación y Asistencia 10%

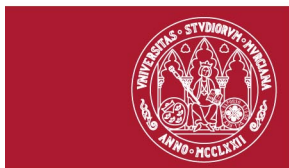
*Todos los alumnos aprobaron en la convocatoria de febrero por lo que no ha lugar a establecer métodos de evaluación alternativa para las convocatorias de junio y julio



UNIVERSIDAD DE
MURCIA

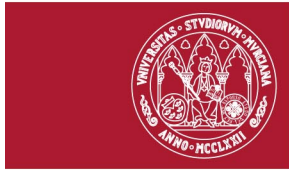
SISTEMAS ALTERNATIVOS DE EVALUACIÓN
COVID-19

MASTER UNIVERSITARIO EN MARKETING DIGITAL Y ANALÍTICO	
Asignatura:	NUEVAS TENDENCIAS SOCIALES EN ENTORNOS DIGITALES
Código de asignatura:	6708
Cuatrimestre:	Segundo
Créditos ECTS:	3



UNIVERSIDAD DE
MURCIA

SISTEMAS EVALUACIÓN DEL TÍTULO	SISTEMAS DE EVALUACIÓN ASIGNATURA APROBADO EN LA GUÍA DOCENTE	SISTEMAS ALTERNATIVOS
Prueba final oral y/o escrita.	Se establece una ponderación del 40%	Dado que la asignatura ya ha sido cursada y todo el alumnado matriculado ha superado la evaluación, no procede utilizar ningún sistema alternativo.
Pruebas intermedias orales y/o escritas: Durante el curso, el alumno se enfrentará a distintas pruebas de distinta entidad y duración para demostrar su grado de seguimiento de materia impartida por el docente.	Se establece una ponderación del 10%	Dado que la asignatura ya ha sido cursada y todo el alumnado matriculado ha superado la evaluación, no procede utilizar ningún sistema alternativo.
Pruebas de evaluación de informes escritos, prácticas y/o presentaciones orales.	Se establece una ponderación del 40%	Dado que la asignatura ya ha sido cursada y todo el alumnado matriculado ha superado la evaluación, no procede utilizar ningún sistema alternativo.
Procedimientos de observación del trabajo del estudiante. Estos procedimientos incluyen la evaluación de la participación del alumno en clase, su implicación en distintas actividades, su cumplimiento de plazos, participación en foros, autoevaluación de cuestionarios, informes y asistencia a talleres y seminarios	Se establece una ponderación del 10%	Dado que la asignatura ya ha sido cursada y todo el alumnado matriculado ha superado la evaluación, no procede utilizar ningún sistema alternativo.



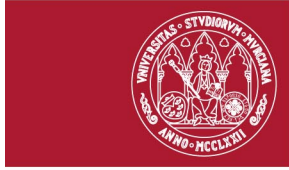
UNIVERSIDAD DE
MURCIA

SISTEMAS ALTERNATIVOS DE EVALUACIÓN
COVID-19

MASTER UNIVERSITARIO EN MARKETING DIGITAL Y ANALÍTICO	
Asignatura:	TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LA EMPRESA
Código de asignatura:	6711
Cuatrimestre:	SEGUNDO
Créditos ECTS:	6



SISTEMAS EVALUACIÓN DEL TÍTULO	SISTEMAS DE EVALUACIÓN ASIGNATURA APROBADO EN LA GUÍA DOCENTE	SISTEMAS ALTERNATIVOS
Prueba final oral y/o escrita.	Prueba objetiva tipo test para la evaluación de los contenidos teórico-prácticos, preguntas con 3 opciones de las cuales sólo 1 será correcta. 40%	Prueba objetiva tipo test para la evaluación de los contenidos teórico-prácticos, preguntas con 3 opciones de las cuales sólo 1 será correcta. El examen presencial se llevará a cabo por medio del Aula Virtual, para ello se utilizará una amplia batería de preguntas alternando el orden de las mismas y de las respuestas. 40%
Pruebas intermedias orales y/o escritas: Durante el curso, el alumno se enfrentará a distintas pruebas de distinta entidad y duración para demostrar su grado de seguimiento de materia impartida por el docente.	Prueba intermedia teórico-practica de evaluación sobre contenidos. 10%	-
Pruebas de evaluación de informes escritos, prácticas y/o presentaciones orales.	<p>Evaluación de prácticas realizadas en clase en grupos de 3 alumnos. Se valorará el dominio de la materia, la capacidad de síntesis así como la organización y buena expresión escrita. 20%</p> <p>Evaluación del trabajo en grupo de 3 alumnos de la asignatura, se les darán dos o tres opciones de trabajo a los alumnos para elegir. 20%</p>	<p>Evaluación de prácticas realizadas en clase en grupos de 3 o 4 alumnos presentadas a través de la aplicación de tareas del Aula Virtual. Se valorará el dominio de la materia, la capacidad de síntesis así como la organización y buena expresión escrita. 20%</p> <p>Evaluación del trabajo en grupo de 3 o 4 alumnos de la asignatura, se les darán dos o tres opciones de trabajo a los alumnos para elegir. El trabajo se entrega a través de la aplicación de tareas del Aula Virtual y su defensa será en grupo por la herramienta de Videoconferencia del Aula Virtual. 30%</p>



UNIVERSIDAD DE
MURCIA

<p>Procedimientos de observación del trabajo del estudiante. Estos procedimientos incluyen la evaluación de la participación del alumno en clase, su implicación en distintas actividades, su cumplimiento de plazos, participación en foros, autoevaluación de cuestionarios, informes y asistencia a talleres y seminarios</p>	<p>Seguimiento de la asistencia y participación del alumno en las clases presenciales. 10%</p>	<p>Seguimiento de la asistencia y participación del alumno en las clases impartidas por Videoconferencia a través del Aula Virtual. 10%</p>
--	--	---



Master en Marketing Digital y Analítico

Analítica digital y de comercio electrónico, 1ª curso.

Código de asignatura: **6712**

Cuatrimestral 6 créditos ECTS

Sistemas de evaluación del título (memoria de ANECA)	Sistemas de evaluación de la asignatura (guía docente)	Sistemas alternativos propuestos
SE1 Seminarios, trabajos, prácticas e informes escritos y/o presentación pública de los mismos	Pruebas de evaluación de informes escritos, prácticas y/o presentaciones orales. 25% Criterios de valoración: Comprenderá las prácticas realizadas en clase y la discusión de lecturas propuestas por el profesor. Una parte de la participación puede ser realizada en ámbitos digitales.	Pruebas de evaluación de informes escritos y prácticas. 25% Criterios de valoración: Comprenderá las prácticas realizadas en clase y la discusión de lecturas propuestas por el profesor a través de videoconferencia y/o envidas por “Tareas” o alternativas propuestas por ATICA.
SE2 Prueba final oral y/o escrita.	Prueba final oral y/o escrita. 50% Criterios de valoración: El examen constará de una serie de preguntas teórico-prácticas. Para superar la	Prueba final no presencial. 50% <ul style="list-style-type: none">• Examen tipo test utilizando la herramienta “Exámenes” del AV o alternativa propuesta por ATICA. El



	<p>asignatura es imprescindible obtener una puntuación mínima de 5 sobre 10 en el examen final. Sólo se sumará la nota de prácticas y las pruebas intermedias una vez que el examen final está aprobado.</p>	<p>examen contará con preguntas cerradas y preguntas abiertas. Las preguntas abiertas versarán sobre el caso práctico que se pondrá a disposición a través de la Herramienta “Tareas” (importante control de tiempos) o alternativa propuesta por ATICA.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Para realizar la prueba los estudiantes deben inscribirse utilizando la herramienta “Apúntate”. <p>Para superar la asignatura es imprescindible obtener una puntuación mínima de 5 sobre 10 en el examen final. Sólo se sumará la nota de prácticas y las pruebas intermedias una vez que el examen final está aprobado.</p>
<p>SE2. Pruebas intermedias orales y/o escritas.</p>	<p>Pruebas intermedias orales y/o escritas. 10%</p> <p>Criterios de valoración: Durante el curso, el alumno se enfrentará a distintas pruebas de distinta entidad y duración para demostrar su grado de seguimiento de materia impartida por el docente.</p>	<p>Prueba intermedias no presenciales. 10%</p> <p>Criterios de valoración: Conjunto de preguntas cerradas y abiertas utilizando la herramienta “Exámenes” del AV, o alternativa propuesta por ATICA, sobre una serie de los temas de la asignatura.</p>



UNIVERSIDAD DE
MURCIA

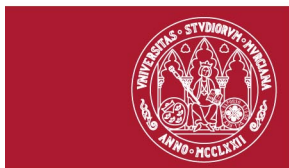
<p>SE9 Procedimientos de observación del trabajo del estudiante: registros de participación, de realización de actividades, cumplimiento de plazos, participación en foros, participación en clase, asistencia, etc.</p>	<p>Procedimientos de observación del trabajo del estudiante. Estos procedimientos incluyen la evaluación de la participación del alumno en clase, su implicación en distintas actividades, su cumplimiento de plazos, participación en foros, etc. 15%</p>	<p>Procedimientos de observación del trabajo del estudiante. Estos procedimientos incluyen la evaluación de la participación del alumno en clase por videoconferencia, su implicación en distintas actividades, su cumplimiento de plazos, participación en foros, etc. 15%</p>
<p>SE10 Preparación, presentación, defensa y exposición del Trabajo Fin de Grado.</p> <p>SE11 Valoración de la memoria de las Prácticas Externas (tutores internos y externos).</p>		



UNIVERSIDAD DE
MURCIA

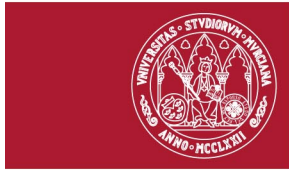
SISTEMAS ALTERNATIVOS DE EVALUACIÓN COVID-19

GRADO EN MARKETING	
Asignatura:	Comunicación online y social media
Código de asignatura:	6713
Cuatrimestre:	Segundo
Créditos ECTS:	6



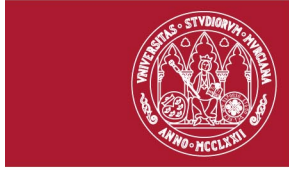
UNIVERSIDAD DE
MURCIA

SISTEMAS EVALUACIÓN DEL TÍTULO	SISTEMAS DE EVALUACIÓN ASIGNATURA APROBADO EN LA GUÍA DOCENTE	SISTEMAS ALTERNATIVOS
Prueba final oral y/o escrita	Prueba final oral y/o escrita 40%	<p>El examen final se llevará a cabo por medio del Aula Virtual. Será una prueba tipo test compuesto por una batería de preguntas, con una penalización de modo que tres preguntas incorrectas (o fracción) restan el equivalente a una pregunta correcta. Las preguntas en blanco no penalizan. Esta prueba representa el 100% del examen final, siendo necesario aprobarlo (5 sobre 10) para que se sumen las calificaciones del resto de instrumentos de evaluación.</p> <p>Se indicará con antelación el tiempo del que dispone el alumnado así como las adaptaciones necesarias en aquellos estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales atendiendo a los informes remitidos por el Servicio de Atención a la Diversidad y Voluntariado.</p> 40%
Pruebas intermedias orales y/o escritas	Pruebas intermedias orales y/o escritas 10%	Este apartado consistirá en un conjunto de preguntas test sobre el autoaprendizaje pedido al alumno que se realizarán a través del Aula



UNIVERSIDAD DE
MURCIA

		Virtual. La penalización será similar a la aplicada en la evaluación final. 10%
Seminarios, trabajos, prácticas e informes escritos y/o presentación pública de los mismos.	Seminarios, trabajos, prácticas e informes escritos y/o presentación pública de los mismos. 40%	Las actividades prácticas grupales y/o individuales se entregarán por tareas atendiendo a los criterios establecidos previamente en el guion de prácticas del Aula Virtual. Este elemento de la evaluación continua NO es recuperable 50%
Procedimientos de observación del trabajo del estudiante.	Procedimientos de observación del trabajo del estudiante. 10%	Este porcentaje de evaluación pasará a formar parte de los seminarios, trabajos, prácticas e informes escritos.



UNIVERSIDAD DE
MURCIA

Master Universitario en Márketing Digital

Asignatura: Herramientas de Diseño Web

Código de asignatura: 6714

Cuatrimestral 3 créditos ECTS

La asignatura **NO tiene estudiantes pendientes de evaluación** dado que todos los alumnos matriculados superaron la asignatura en el primer cuatrimestre.