

## DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

**ASIGNATURA:** Dirección Comercial

**PLAN DE ESTUDIOS:** Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

**GRUPO:** 2122-M1

**CENTRO:** Facultad de Ciencias Sociales

**CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:** Optativo

**ECTS:** 6,0

**CURSO:** 3º

**SEMESTRE:** 2º Semestre

**IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:**

Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

**HORARIOS :**

Día	Hora inicio	Hora fin
Lunes	12:30	14:30
Martes	16:30	18:30

**EXÁMENES ASIGNATURA:**

Día	Hora inicio	Hora fin	Aula
14 de junio de 2022	09:00	11:30	Aula 1202

## DATOS DEL PROFESOR

**NOMBRE Y APELLIDOS:** FRANCISCO ANTONIO LLOREDA BAHAMONDE

**EMAIL:** [flloreda@uemc.es](mailto:flloreda@uemc.es)

**TELÉFONO:** 983 00 10 00

**HORARIO DE TUTORÍAS:** Lunes a las 13:00 horas

**CV DOCENTE:**

- *Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Deusto.*
- *Exchange Programme en New Land park College of Higher Education en lo que hoy es Buckinghamshire University.*
- *Durante el curso 2018/2019, profesor de Investigación de Mercados en la Facultad de Sociales de la UEMC (Grado de Periodismo y RRPP).*
- *Durante el curso 2020/2021 y 2021/2022, profesor de Iniciativa Emprendedora en la Escuela Politécnica Superior de la UEMC (Grado en Ingeniería de Organización Industrial).*
- *Durante el curso 2021/2022, profesor de Dirección Comercial en la Facultad de Sociales de la UEMC (Grado de Periodismo y RRPP, y Grado de A.D.).*
- *Formador tanto corporativo como externo en numerosos cursos empresariales sobre Técnicas Comerciales, Pensamiento Lógico y Creativo, Comunicación Efectiva, etc.*
- *Participación en monográficos para Deusto-SS (Organización Comercial) y ETEA (Fijación de Precios) dentro de actividades para graduados.*

**CV PROFESIONAL:**

- *Posiciones de creciente responsabilidad en Procter and Gamble, en Ventas, Trade Marketing y de Marketing, hasta Director Asociado .*
- *Posiciones de Dirección Comercial en Cadbury, Gallina Blanca, IRI (Investigación de Mercados) y Supermercados el Árbol.*
- *Consultor Comercial para Tierra de Sabor (JCYL), asesorando no sólo a la JCYL sino también a PYMES alimentarias de la región.*

- *Consultor libre para PYMES de CYL y participante en redes de Interim Management.*
- *Participación en el fondo de apoyo a nuevas iniciativas - Start-ups- "Semilla Expiga".*

#### **CV INVESTIGACIÓN:**

No habiendo participado en Investigación Académica, he participado de diferentes maneras en proyectos de investigación empresariales. A título de ejemplo:

- Desde mi posición de miembro del Grupo de Demanda de AECOC he liderado, dirigido y valorado los proyectos de investigación en el ámbito de la optimización de la cooperación entre Distribuidores y fabricantes desde el punto de vista de la satisfacción al consumidor.
- Como responsable comercial de IRI he trabajado en numerosos proyectos de consultoría de negocio, en base a la investigación de consumidor, para algunos de los fabricantes y distribuidores clave de este país. Desde la explotación ad-hoc de datos de mercado, hasta cuantitativos y cualitativos, pasando por profilers y otros estudios.

### **DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA**

#### **DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA:**

La función comercial juega un rol importante dentro de la empresa. Además, son muy numerosas las oportunidades profesionales que genera para todo tipo de perfiles técnicos y de empresa. Por ambos motivos, resulta necesaria en los planes de estudios de carreras relacionadas con el mundo de la empresa.

En otras asignaturas los alumnos han visto mencionados, a nivel general, aspectos de tipo comercial. Consideramos a los conocimientos previos de aspectos de gestión y organización de empresas como nuestro punto de partida. En esta asignatura de Dirección Comercial entraremos en mayor profundidad en aspectos específicos de la función comercial de la empresa, tales como:

- Función comercial y su encaje en la organización general de la empresa.
- Estrategia y política comerciales, organización comercial y proceso de planificación y control de la función comercial.
- Gestión de clientes y tendencias en la función comercial.
- Día a día de la función comercial.
- Diferencias en la función comercial entre empresas de consumo, bienes duraderos, servicios... peculiaridades.

Dos flujos conceptuales serán utilizados en el desarrollo de la asignatura:

- Uno de diseño de la función comercial, partiendo de la estrategia, siguiendo con la definición de la organización, determinando las políticas comerciales dentro de las que se ejecutará la actividad comercial y procediendo a la implementación del diseño mediante decisiones sobre el tipo de reclutamiento y formación que se pretende implantar.
- Otro de gestión en cuanto a fijación de objetivos y presupuestos, planes de acción apuntando a su cumplimiento, sistemas de seguimiento y control y terminando con las medidas correctivas que sean precisas, etc.

#### **CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:**

1. **DISEÑO DE LA FUNCIÓN COMERCIAL** : Contenido de estrategia, políticas y diseño de la función comercial.
  1. FUNCIÓN COMERCIAL. PERSONAL SELLING. : Posición departamental. Funciones del departamento comercial. Interrelaciones con otros departamentos. Sales Fundamentals.
  2. LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y LA "RUTA AL MERCADO" : Diferentes canales para llegar al consumidor. Implicaciones organizativas y estratégicas para la función comercial.
  3. ESTRATEGIA CORPORATIVA Y COMERCIAL. OEM (Organizational Effectiveness Model) : Papel de la Función comercial en la implementación de la estrategia corporativa. Decisiones estratégicas

corporativas y su influencia sobre la función comercial. Aplicación del pensamiento estratégico a la Dirección Comercial. Presentación del enfoque OEM como estructura sobre la que se presentarán las diferentes áreas de ejecución comercial.

4. ORGANIZACIÓN DE LA FUNCIÓN COMERCIAL : Departamento y fuerza de ventas. Grupos de especialización funcional, territorial y por cliente o tipo de clientes. Funciones principales: Director (figura, estilos), primera línea de reporte, niveles de reporte. Evolución histórica.
5. GESTIÓN DE CLIENTES : ABC. Gestión de cuentas: Key Account Management, Equipos Multifuncionales, etc. Valor de una cuenta. Plan de Cliente. Cuentas de Resultados por cliente.
6. CATEGORY MANAGEMENT Y TRADE MARKETING : funciones modernas dentro del Departamento Comercial.
7. POLÍTICA COMERCIAL : Marco general para la actividad comercial de los diferentes responsables territoriales o funcionales.
8. RECLUTAMIENTO, ENTRENAMIENTO, MOTIVACIÓN E INCENTIVO Y RETRIBUCIÓN : Creación de los equipos que desarrollarán la función comercial.
2. **IMPLEMENTACIÓN DE LA FUNCIÓN COMERCIAL Y HABILIDADES COMERCIALES** : Arranque, lanzamiento y rutinas de la función comercial.
  1. PLANIFICACIÓN Y CONTROL : Presupuestos, previsiones, seguimiento y acciones correctivas. Rentabilidad de la función comercial.
  2. ACTIVIDAD DE LA FUNCIÓN COMERCIAL. LIDERAZGO, MANAGEMENT Y SUPERVISIÓN : Rutinas principales de trabajo
  3. POLÍTICA PROMOCIONAL : Importancia de la promoción de ventas en la actividad comercial.
  4. VENTA POR DESCUBRIMIENTO DE OPORTUNIDADES : Para poder cubrir oportunidades, estas deben ser primero descubiertas.
  5. TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN : Necesidad de alcanzar acuerdos mutuamente satisfactorios. Enfoque Ury (basado en intereses) y tradicional (basado en posiciones).
  6. HABILIDADES COMERCIALES BÁSICAS : Presentación, reuniones, técnicas básicas (cierre, manejo de objeciones...), etc.
  7. NETWORKING : El Networking comercial: objetivos, métodos, etc. como forma de detectar oportunidades, lograr acceder a los decisores y obtener información para un trabajo más eficaz.
  8. EVALUACIÓN DEL TRABAJO COMERCIAL : Evaluación y control del trabajo de la organización comercial.
3. **EJERCICIO PRÁCTICO DE APLICACIÓN (CADA EJERCICIO SE INCLUYE EN EL BLOQUE TEÓRICO CORRESPONDIENTE A EFECTOS DE PUNTUACIÓN)** : Reforzamiento práctico de los diferentes conceptos de los Bloques I y II. Cada ejercicio se incluye en la puntuación del bloque teórico correspondiente.
  1. CANALES, RTM Y ORGANIZACIÓN COMERCIAL. ESTRATEGIA Y POLÍTICA COMERCIAL : Consideraciones y decisiones básicas.
  2. PLAN DE LANZAMIENTO DE LA ORGANIZACIÓN COMERCIAL : Consideraciones y decisiones básicas.

#### **OBSERVACIONES CONTENIDO DE LA ASIGNATURA:**

- Aparte de conocimientos de tipo teóricos, se pretende que el alumno tenga un "feeling" de la realidad de la función comercial. La asignatura pretende aportar al alumno la "vivencia virtual" de la realidad de la función comercial.
- Se utilizará el sector de gran consumo, por su desarrollo comercial, como eje de la asignatura. No obstante, con objeto de dar a la misma un carácter global a todos los sectores, se utilizarán continuamente referencias comparativas a sectores de servicios, industriales o de distribución comercial, clarificando sus principales diferencias y semejanzas.
- Se hablará de la situación actual de las organizaciones comerciales. Sin embargo, se comentará la evolución en el tiempo y posibles tendencias futuras, para preparar al alumno a prever y afrontar la evolución futura de la actividad comercial.

#### **RECURSOS DE APRENDIZAJE:**

Algunos aspectos a mencionar:

1. Los contenidos principales de cada tema serán facilitados en los PPT utilizados durante la clase.

2. Se realizarán pequeños ejercicios por parte de los alumnos que serán compartidos en clase.
3. Los ejercicios simulados principales corresponderán al flujo principal de la asignatura de ambos bloques, según se definen en el apartado "descriptor" de "Datos Específicos".
4. Se sugerirán las lecturas complementarias y bibliografía que puedan ayudar a los alumnos a avanzar en el proceso de aprendizaje y en la preparación de los trabajos prácticos.

Los recursos de aprendizaje que serán utilizados en la asignatura para facilitar el proceso de aprendizaje son los de e-campus y Teams esencialmente, sin descartar otros.

## COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

### COMPETENCIAS GENERALES:

- CG02. Capacidad para trabajar en equipo
- CG04. Capacidad para resolver problemas y tomar decisiones
- CG12. Capacidad para el desarrollo de aprendizaje autónomo
- CG15. Capacidad para comunicarse con expertos de otras áreas
- CG17. Capacidad para trabajar en un equipo de carácter interdisciplinar
- CG19. Capacidad de organización y planificación

### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- CE01. Capacidad y habilidad para comprender y expresarse correctamente con fluidez y eficacia comunicativa en las lenguas propias de manera oral y escrita con aplicación a los distintos medios
- CE74. Capacidad para buscar y analizar información procedente de diversas fuentes
- CE75. Capacidad para definir objetivos y desarrollar estrategias y políticas comerciales

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- Analizar los distintos aspectos que engloba la gestión comercial en Internet, así como la utilización de las distintas herramientas estratégicas y operativas de marketing para la elaboración de un plan de actuación en mercados electrónicos.
- Realizar un seguimiento y control de las estrategias y acciones puestas en marcha en el Plan de Comunicación.
- Analizar los fundamentos, métodos y aplicaciones básicas que presiden el comportamiento del consumidor, a través de sus factores influyentes, el proceso de decisión de compra y el impacto de su actuación en las estrategias y tácticas comerciales de las empresas.

## BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- de Thomas N. Ingram (Autor), Raymond W. LaForge (Autor), Ramon A. Avila (Autor), Charles H. Schwepker Jr. (2019): Sales Management Analysis and Decision Making. Routledge. ISBN: 978-0367252748

### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- Butch Bellah (2015): Sales management for Dummies. Wiley Books.- John Wiley & Sons. Inc. ISBN: 978-1-119-094227
- Manuel Artal Castells (2015): Dirección de ventas: Organización del departamento de ventas y gestión de vendedores . Esic Edit.. ISBN: 978-8415986768

### WEBS DE REFERENCIA:

Web / Descripción

[CANALDIS](http://www.canaldis.com)(<http://www.canaldis.com>)

Web de información sobre noticias relativas a fabricantes y distribuidores, lanzamientos y novedades comerciales, etc.

**AECOC Asociación Española de Codificación Comercial**(<http://www.aecoc.es>)

Asociación que reúne a distribuidores y fabricantes en la búsqueda de eficiencias operacionales y en la mejor satisfacción de necesidades del consumidor.

**OTRAS FUENTES DE REFERENCIA:**

Tanto la prensa económica, empresas de investigación de mercados (IRI, Nielsen y Kantar especialmente) e información de los Ministerios de Industria y Agricultura son fuentes de interés en el mundo comercial.

**PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA**

**METODOLOGÍAS:**

**MÉTODO DIDÁCTICO:**

- Las clases teóricas tendrán una clara componente expositiva por parte del profesor.
- Los ejercicios prácticos serán desarrollados en clase por el profesor, tras la entrega general de los realizados por los alumnos y la exposición particular de alguno de los alumnos.

**MÉTODO DIALÉCTICO:**

- En todas las clases teóricas y en la resolución de ejercicios, se pretende la construcción en común de los contenidos buscados mediante preguntas y en base a la discusión en grupo .
- En este sentido, a título general, se procederá en cuatro pasos ordenados de la siguiente manera:
  1. Aportaciones espontáneas de los alumnos
  2. Discusión entre los diferentes alumnos
  3. Aportaciones inducidas mediante preguntas o respuestas del profesor
  4. Presentación "oficial o modelo" por parte del profesor, tras las aportaciones de la clase.

**MÉTODO HEURÍSTICO:**

Los trabajos prácticos y actividades entre clases enfrentarán a los alumnos con la necesidad de generar auto-descubrimientos, reforzando los contenidos teóricos de las clases del profesor. Buscarán información y conceptos que les permitan progresar de forma individual o en grupo hacia el aprendizaje del tema en cuestión.

**CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:**

La planificación de esta asignatura abarca 18 semanas. Los contenidos teóricos se dividen en dos bloques. La principal actividad práctica (denominada Bloque III) recorrerá el contenido teórico y se dividirá (en el tiempo) en cada uno de los dos Bloques, según se apliquen unos u otros contenidos teóricos al ejercicio.

1. Las 7 primeras semanas se dedicarán a los contenidos teóricos correspondientes al bloque I y terminarán con una sesión de refuerzo (resumen de los contenidos principales), con la entrega de la primera parte del ejercicio práctico y con el examen teórico de la evaluación permanente del bloque I.
2. Las 8 semanas siguientes se dedicarán a los contenidos teóricos correspondientes al bloque II y terminarán con una sesión de refuerzo (resumen de los contenidos principales), con la entrega de la segunda parte del ejercicio práctico y con el examen teórico de la evaluación permanente del Bloque II.
3. La semana 16 se dedicará a la realización de tutorías intensivas para la preparación de las pruebas de evaluación finales y/o resolución de dudas.
4. Por último, durante las semanas 17 y 18 se realizará la prueba de evaluación final ordinaria en las fechas marcadas por la Dirección de la Escuela.

Además los alumnos cuentan con la posibilidad de realizar tutorías individuales (se realizarán por TEAMS) en el horario marcado por el profesor o en otro que pudieran acordar profesor y alumno/a.

Esta planificación estimada podrá verse modificada por causas ajenas a la voluntad de la organización académica. El profesor informará convenientemente a los alumnos de las nuevas modificaciones puntuales. En concreto este curso:



La docencia y la evaluación en la asignatura se desarrollarán de forma presencial, siempre y cuando la Universidad cuente con la autorización por parte de las autoridades competentes, y atendiendo a los protocolos sanitarios establecidos, a lo previsto en el Plan UEMC de medidas frente la Covid-19, en el Plan Académico de Contingencia y en los Planes Específicos que se puedan implementar para atender a las particularidades de la titulación (<https://www.uemc.es/p/informacion-covid-19>).

En torno a contenidos teóricos y prácticos se organizarán las diferentes actividades formativas:

## CONTENIDOS TEÓRICOS

- Centrados en clases magistrales presenciales del profesor.
- Los asuntos centrales de cada tema se construirán en torno a debates de discusión entre los alumnos que serán recogidos y reorientados por el profesor.

## CONTENIDOS PRÁCTICOS

- Consistirán básicamente en trabajo individual o en grupo de los alumnos, dirigido al auto-aprendizaje y a la consolidación de los temas teóricos.
- Previamente habrá clases en las que se acercará la base teórica a las actividades prácticas, estableciéndose un puente para que el alumno se encuentra en posición de poder aplicar la teoría.
- Los ejercicios principales consistirán en aplicación práctica, para un caso de estudio, de los bloques teóricos en los que se divide la asignatura.
- Adicionalmente se definirá/n alguno/s ejercicios menores que contribuyan a desarrollar el conocimiento de la asignatura.

### PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES Y EVALUACIONES:

#### PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES:

Actividad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	¿Se evalúa?	CO	CE
EVALUACIÓN TEÓRICA								X							X	X	X	
TRABAJOS DE APLICACIÓN PRÁCTICA							X							X		X	X	
TRABAJOS MENORES												X				X	X	
CLASE REFUERZO							X							X		X	X	

### CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA ORDINARIA:

"La docencia y la evaluación en la asignatura se desarrollarán de forma presencial. Sin embargo, si existiese algún impedimento (situación sanitaria o situación de aislamiento de un alumno o grupo de alumnos), se mantiene todo lo expuesto en esta guía (pruebas de evaluación, porcentajes, sistemas de evaluación, etc). Lo único que cambiará es que se realizará una adaptación a un entorno off campus utilizándose para la docencia la plataforma Teams y Moodle; y para la entrega de proyectos, trabajo, tareas, pruebas evaluación la plataforma Moodle de la asignatura, conforme al protocolo UEMC específico aprobado <https://www.uemc.es/p/protocolo-especifico-para-la-adaptacion-de-la-evaluacion-modalidad-presencial> .."

## ORGANIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Las actividades se organizan, como la asignatura en su conjunto, en torno a dos bloques I y II. Cada uno de ellos contará con:

- Un ejercicio teórico al final de cada bloque.
- Igualmente, un ejercicio práctico, de aplicación de los conceptos principales.
- Posibles actividades menores de presentación por parte del alumno, en base a búsqueda de información y

análisis.

- Previamente a las pruebas, se realizarán Clases de refuerzo para recapitular los conceptos principales previo a cada examen teórico y clases puente para facilitar la aplicación posterior de la teoría en los ejercicios prácticos.

## PUNTUACIÓN

- En principio se pretende que los alumnos liberen la asignatura mediante evaluación continua, de acuerdo con las actividades que se indican a continuación.
- Los exámenes teóricos tendrán un peso de un 55% de la puntuación de la asignatura.
- Los trabajos prácticos equivaldrán al 35% de la puntuación de la asignatura. Aparecen como Bloque III, aunque corresponden a los ejercicios prácticos de los bloques I y II y se realizarán en el momento adecuado con cada bloque correspondiente.
- Las actitudes serán valoradas en un 10% de la puntuación total de la asignatura.
- Los alumnos podrán liberar cada uno de los bloques superando el 50% de la puntuación total de dicho bloque.
- Para aquél bloque no superado, tendrá que presentarse a la convocatoria ordinaria con el contenido del mismo.

*En caso de situación de entorno online debido a la situación sanitaria, se adaptaría la evaluación siguiendo el protocolo específico de la UEMC.*

*Esta planificación tiene un carácter meramente orientativo y podrá ser modificada a criterio del profesor, en función de circunstancias externas y de la evolución del grupo. El profesor informará convenientemente a los alumnos de dichas modificaciones. Los sistemas de evaluación descritos en esta guía docente son sensibles tanto a la evaluación de las competencias como de los contenidos de la asignatura. La realización fraudulenta de cualquiera de las pruebas de evaluación, así como la extracción de información de las pruebas de evaluación, será sancionada según lo descrito en el Reglamento 7/2015, de 20 de noviembre, de Régimen Disciplinario de los estudiantes, Arts. 4, 5 y 7 y derivarán en la pérdida de la convocatoria correspondiente, así como en el reflejo de la falta y de su motivo en el expediente académico del alumno.*

### CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

*"La docencia y la evaluación en la asignatura se desarrollarán de forma presencial. Sin embargo, si existiese algún impedimento (situación sanitaria o situación de aislamiento de un alumno o grupo de alumnos), se mantiene todo lo expuesto en esta guía (pruebas de evaluación, porcentajes, sistemas de evaluación, etc). Lo único que cambiará es que se realizará una adaptación a un entorno off campus utilizándose para la docencia la plataforma Teams y Moodle; y para la entrega de proyectos, trabajo, tareas, pruebas evaluación la plataforma Moodle de la asignatura, conforme al protocolo UEMC específico aprobado <https://www.uemc.es/p/protocolo-especifico-para-la-adaptacion-de-la-evaluacion-modalidad-presencial> .."*

En caso de que un alumno no pueda liberar algún o ambos bloques en la evaluación continua (o si se quiere anticipada), irá con el/ellos a la convocatoria ordinaria. Los trabajos prácticos se sustituirán con preguntas de aplicación que confirmen el entendimiento y capacidad de aplicación práctica de los conceptos estudiados en la asignatura.

*En caso de situación de entorno online debido a la situación sanitaria, se adaptaría la evaluación siguiendo el protocolo específico de la UEMC.*

*Esta planificación tiene un carácter meramente orientativo y podrá ser modificada a criterio del profesor, en función de circunstancias externas y de la evolución del grupo. El profesor informará convenientemente a los alumnos de dichas modificaciones. Los sistemas de evaluación descritos en esta guía docente son sensibles tanto a la evaluación de las competencias como de los contenidos de la asignatura. La realización fraudulenta de cualquiera de las pruebas de evaluación, así como la extracción de información de las pruebas de evaluación, será sancionada según lo descrito en el Reglamento 7/2015, de 20 de noviembre, de Régimen Disciplinario de los estudiantes, Arts. 4, 5 y 7 y derivarán en la pérdida de la convocatoria correspondiente, así como en el reflejo de la falta y de su motivo en el expediente académico del alumno.*

#### SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE (%)
Pruebas de respuesta corta	20%
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	20%
Trabajos y proyectos	35%
Pruebas objetivas	15%
Escalas de actitudes	10%

#### EVALUACIÓN EXCEPCIONAL:

Los estudiantes que por razones excepcionales no puedan seguir los procedimientos habituales de evaluación continua exigidos por el profesor podrán solicitar no ser incluidos en la misma y optar por una «evaluación excepcional». El estudiante podrá justificar la existencia de estas razones excepcionales mediante la cumplimentación y entrega del modelo de solicitud y documentación requerida para tal fin en la Secretaría de la Universidad Europea Miguel de Cervantes en los siguientes plazos: con carácter general, desde la formalización de la matrícula hasta el viernes de la segunda semana lectiva del curso académico para el caso de alumnos de la Universidad, y hasta el viernes de la cuarta semana lectiva del curso académico para el caso de alumnos de nuevo ingreso. En los siete días hábiles siguientes al momento en que surja esa situación excepcional si sobreviene con posterioridad a la finalización del plazo anterior.

Se mantienen las condiciones establecidas por el profesorado para el alumnado que tiene concedida la evaluación excepcional, salvo aquellas pruebas de evaluación que requieran de una adaptación en remoto debido a la situación de confinamiento completo de la titulación o de la propia Universidad. Se atenderá en todo caso a lo previsto en el “*Plan UEMC de medidas frente a la Covid-19*”, así como a los *Planes Específicos* que se han implementado para atender a la situación sanitaria motivada por el Covid-19

<https://www.uemc.es/p/documentacion-covid-19>