

## DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

**ASIGNATURA:** Sistemas de Información

**PLAN DE ESTUDIOS:** Grado en Ingeniería de Organización Industrial

**GRUPO:** 2223-M1

**CENTRO:** Escuela Politécnica Superior

**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
Martes	16:00	18:00
Miércoles	18:00	20:00

**EXÁMENES ASIGNATURA:**

Día	Hora inicio	Hora fin	Aula
13 de junio de 2023	16:00	18:30	Aula 1111
13 de julio de 2023	16:00	18:30	Aula 1132

## DATOS DEL PROFESOR

**NOMBRE Y APELLIDOS:** EVA PARRILLA ESCOBAR

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

**TELÉFONO:** 983 00 10 00

**HORARIO DE TUTORÍAS:** Martes a las 17:00 horas

**CV DOCENTE:**

Profesora de "Information Technology" en el *International Full Time MBA Program* de **ESADE Business School**, Barcelona, durante el curso 2003-04.

Profesora de "Sistemas de Telecomunicaciones" en la *Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Telecomunicación* de la **Universidad de Valladolid** durante el curso 1997-98.

Profesora de "Fundamentos de Computadores" en la *Escuela Politécnica de Ingeniería Industrial* de la **Universidad de Valladolid** durante los cursos 1995-96 y 1996-97.

Formación Académica:

Máster of Business Administration por **ESADE Business School**, Barcelona 2002-2004.

Doctora Ingeniero de Telecomunicación por la *Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Telecomunicación* de la **Universidad de Valladolid**, 1995-1998.

Ingeniero de Telecomunicación por la *Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Telecomunicación* de la **Universidad de Valladolid**, 1990-1995.

**CV PROFESIONAL:**

*Directora de Operaciones* en **Boos Technical Lighting** desde 2019.

*Business Manager* en la división de Consumo de **Microsoft Corporation**, Madrid, 2013-2018

*Sales Excellence Manager* en el departamento de OEM (Original Equipment Manufacturers) de **Microsoft**

Corporation, Madrid, 2009-2013.

*Marketing Manager para PYMEs y Canales de Distribución* de **Microsoft Corporation**, Madrid, 2007-2009.

*Business Operations Manager* de la División de Empresas y Canal de **Microsoft Corporation**, Madrid, 2005-2007.

*Business Analyst for EMEA* (Europe, Middle East and Africa) en **GTECH Corporation**, Barcelona, 2004-2005.

*Profesora* en **ESADE Business School**, Barcelona, 2003-2004.

*Product Marketing Manager*, **TFC Corp** (The Fantastic Corporation), New York, USA, 2000-2003.

*Consultant and Project Manager*, **TFC Corp** (The Fantastic Corporation), Zug, Switzerland, 1998-2000.

*Profesora* de Tecnologías de la Información en la **Universidad de Valladolid**, 1995-1998.

#### CV INVESTIGACIÓN:

Coordinación del desarrollo y viabilidad económica de una tecnología de desinfección patógena basada en sistemas lumínicos ultravioletas en movimiento continuo y su aplicación a combatir la epidemia de COVID-19, **Boos Technical Lighting**, Valladolid, 2020-2022.

Coordinadora de la inteligencia de negocio y análisis de mercado, con el propósito de identificar y proponer áreas de crecimiento estratégico en el mercado de hardware de consumo en **Microsoft Ibérica**, Madrid, 2009-2013.

Investigación en el área de Desarrollo de Negocio para la detección de oportunidades de crecimiento en los 21 países de la región de Europa, Oriente Medio y África, **GTech Corporation**, Barcelona, 2004-2005.

Colaboración con el Departamento de I+D de **The Fantastic Corporation** (Lugano, Suiza) en el desarrollo de un sistema de difusión de datos por satélite y en la publicación del libro "Data Broadcasting: Merging Digital Broadcasting with the Internet", **Larst Tvede y Piter Pircher**, Editorial John Wiley & Sons 2001.

Investigación para la consecución de la tesis doctoral sobre la integración de servicios de telecomunicación en las redes de televisión por cable, en el Departamento de Sistemas de Telecomunicación de la Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Telecomunicación de la Universidad de Valladolid, 1995-1998.

Participación como ponente en seminarios internacionales, entre los que cabe destacar el **IEEE Africon '96** en Stellenbosh, Sur-África (1996), **5th International Conference on Telecommunication Systems**, Nashville, TN, EE.UU. (1997) y el **Broadband Telecom**. Del **International Telecommunications Union (ITU)**, Ginebra, Suiza (1997).

Estudio de campo en EE.UU. sobre los dispositivos de transmisión de datos por redes de televisión por cable recogido en la publicación del libro "Acceso Veloz a Internet a Través de las redes de TV por Cable", ISBN 84-7762-690-1. Editorial: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Valladolid, Diciembre 1996.

Premio a la Innovación y Desarrollo en Tecnologías de la Información del Vicerrectorado de Investigación de la Universidad de Valladolid en Mayo de 1995, por el proyecto "Acceso a RDSI (Red Digital de Servicios Integrados) Primario desde Lugares Remotos mediante redes VSAT (Very Small Aperture Terminal) por satélite".

#### DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

##### DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA:

Un sistema de información es un conjunto de elementos interrelacionados con el propósito de prestar atención a las demandas de información de una organización. Estos sistemas aumentan el conocimiento para un mejor apoyo a la toma de decisiones y desarrollo de acciones. (Peña, 2006). Peralta (2008) añade a la definición la necesidad de un equipo computacional para que el sistema pueda operar y los recursos humanos que interactúan con el mismo.

Uno de los puntos fundamentales en cualquier organización empresarial es la información. Los directivos deben tener en cuenta que la información posee un valor muy alto para el correcto funcionamiento de la empresa, ya que permite llevar a cabo la gestión empresarial y tomar las decisiones correctas en cada momento. Por ello, los

sistemas de información en las empresas son imprescindibles para realizar el análisis de la situación empresarial y desarrollar las diferentes estrategias que nos permitan mejorar el rendimiento y conseguir los objetivos de la organización.

La asignatura presenta las metodologías basadas en procesos, que permiten conocer cómo se articulan los sistemas en la organización, los ERP, los sistemas integrales de gestión, el marketing digital y la situación actual en cuanto a la web y sus posibilidades para la organización.

#### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:

1. **Sistemas de Información** : Bloque que engloba los 7 temas de la asignatura
  1. La estrategia organizativa y la estrategia de los Sistemas de Información : 1.1 Implementación de la Estrategia a través de los Sistemas de Información. 1.2 Sistemas de Información como impulsor de la Estrategia. 1.3 Organización y Sistemas de Información.
  2. Los Procesos de Negocio y los Sistemas de Información : 2.1 Gestión de la Tecnología y los Sistemas de Información en los Procesos de Negocio. 2.2 Los Sistemas de Información en las Organizaciones. 2.3 Planificación y Adquisición de los Sistemas de Información para la Empresa.
  3. Bloques elementales de los Sistemas Integrales de Gestión : 3.1 Sistemas Integrados de Gestión. ¿Qué es un Sistema Integrado? 3.2 Ámbitos de los Sistemas Integrados de Gestión. 3.3 Procesos y Flujo de los Sistemas Integrados de Gestión.
  4. Sistemas de Planificación de Recursos Empresariales (ERP) : 4.1 ERPs, Planificación de Recursos Empresariales. 4.2 El ciclo de vida de un ERP. 4.3 Análisis, Diseño e Implantación de un ERP.
  5. Introducción al concepto de Marketing Digital y Aplicaciones CRM : 5.1 Marketing Digital. 5.2 Enfoques del Marketing Digital. 5.3 Marketing y Técnicas online en todas las fases del negocio. 5.4 Aplicaciones de CRM
  6. Internet en las organizaciones : 6.1 Aplicaciones de la web 2.0 en la empresa. 6.2 Website corporativo y presencia en las Redes Sociales.
  7. Innovación de las TIC - Tecnologías de la Información y Comunicaciones en las Organizaciones : 7.1 Innovación en las empresas: e-Business y e-Commerce. 7.2 Business Intelligence. 7.3 Otras aplicaciones TIC en el ámbito empresarial. 7.4 Seguridad de la Información. 7.5 Gestión de las TIC en la empresa.

#### RECURSOS DE APRENDIZAJE:

- Teams: plataforma donde se realizarán las tutorías y revisiones.
- Moodle: plataforma donde se colgarán los ejercicios, materiales docentes, enunciados de trabajos y prácticas y donde se activarán las entregas de algunas de las pruebas de evaluación.
- WebMail: gestor de correo proporcionado por la universidad a través de su página web. El alumno recibirá notificaciones y respuestas a sus consultas online por esta vía.
- Sala de ordenadores: en ella se impartirán algunas de las clases, cada alumno dispondrá de un ordenador con el que llevar a cabo el seguimiento de las explicaciones.

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

##### COMPETENCIAS BÁSICAS:

- 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

#### COMPETENCIAS GENERALES:

- CG01. Capacidad de análisis, síntesis e interpretación de la información
- CG02. Capacidad de organización y planificación
- CG03. Capacidad para resolver problemas y tomar decisiones
- CG04. Capacidad para comunicar de manera eficaz, tanto de forma oral como escrita, ideas y proyectos ante cualquier tipo de audiencia.
- CG05. Capacidad para utilizar las tecnologías de información y comunicación en su desempeño profesional
- CG06. Capacidad para buscar y analizar información procedente de diversas fuentes
- CG08. Capacidad para trabajar en equipo
- CG10. Capacidad para desarrollar el pensamiento crítico y autocrítico
- CG11. Capacidad de aprendizaje autónomo (aprender a aprender)
- CG16. Capacidad para aplicar los conocimientos a la práctica

#### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- CE28. Conocimientos de sistemas de gestión para la organización y dirección de empresas, sistemas de información y gestión integrada ERP.

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- Conocer los diferentes tipos de Sistemas de Información y aplicaciones más usados hoy en la industria, cómo afectan a la organización, a sus empleados y cómo pueden mejorar la competitividad y eficiencia de los negocios.
- Entender cómo lograr ventajas competitivas aplicando correctamente los SI en apoyo de la estrategia de la organización.
- Conocer y saber utilizar las herramientas necesarias para planificar, desarrollar y dirigir los sistemas y tecnologías de información de la empresa.

### BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

#### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- Gómez Vieites, Álvaro; Suárez Rey, Carlos (2011): Sistemas de Información: Herramientas prácticas para la gestión empresarial. RAMA. ISBN: 9788499641225
- Raúl Oltra Badenes (2012): Sistemas Integrados de Gestión Empresarial. Evolución histórica y tendencias de futuro. Universidad Politécnica de Valencia. ISBN: 9788483638989
- Laudon K., and Laudon J. (2014): Sistemas de información gerencial: administración de la empresa digital. Pearson Education. ISBN: 978-607 32-0949-6

#### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- Paul Greenberg (2008): CRM gestión de relaciones con clientes. McGraw-Hill. ISBN: 9788448169589
- María Dolores Gallego Pereira (2010): Fundamentos organizativos de los sistemas integrados de gestión (ERP). GEU. ISBN: 9788499151069
- Shivani Karwal (2015): Digital Marketing Handbook: A Guide to Search Engine Optimization, Pay per Click Marketing, Email Marketing, Content Marketing, Social Media Marketing. Create Space. ISBN: 9780988743137
- WSI - Varios autores (2020): Digital Minds - A Strategic Approach to Connecting and Engaging with Your Customers Online. Friesen Press. ISBN: 978-1-5255-6245-7

#### WEBS DE REFERENCIA:

Web / Descripción

[Campus virtual\(https://comunidad.uemc.es/ecampus/\)](https://comunidad.uemc.es/ecampus/)

Campus virtual de la asignatura

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

#### METODOLOGÍAS:

##### MÉTODO DIDÁCTICO:

Todos los temas contienen sesiones didácticas donde se preguntará a los alumnos diferentes opiniones con el fin de crear debates.

Se realizará una presentación de los principales conceptos de forma colaborativa asistida con ejemplos reales.

##### MÉTODO HEURÍSTICO:

Varios temas contienen una actividad de investigación que resultará en trabajos que se presentarán en clase. Estos trabajos fomentarán la capacidad investigadora. Serán actividades cortas que resultarán en trabajos de no más de 4 páginas.

#### CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

##### Calendario aproximado:

Semana 1-2-3 Tema 1. La estrategia organizativa y la estrategia de los Sistemas de Información

Semana 3. Presentación Actividad 1

Semana 3-4-5. Tema 2. Los Procesos de Negocio y los Sistemas de Información

Semana 5. Presentación Actividad 2

Semana 5. Prueba 1: Tipo test / cuestiones

Semana 6-7-8 Tema 3. Bloques elementales de los Sistemas Integrales de Gestión

Semana 8. Presentación Actividad 3

Semana 8-9. Tema 4. Sistemas de Planificación de Recursos Empresariales (ERP)

Semana 10. Presentación Actividad 4

Semana 10. Prueba 2: Tipo test / cuestiones

Semana 11-12. Tema 5. Introducción al concepto de Marketing Digital

Semana 12. Presentación Actividad 5

Semana 12-13. Tema 6. Internet en las organizaciones

Semana 13. Presentación Actividad 6

Semana 14. Tema 7. Innovación de las Comunicaciones en las Organizaciones

Semana 15. Prueba 3: Tipo test / cuestiones

Esta planificación estimada podrá verse modificada por causas ajenas a la organización académica primeramente presentada. El profesor informará convenientemente a los alumnos de las nuevas modificaciones puntuales.

#### 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
Presentación Actividad 1			X													X	X	X
Presentación Actividad 2					X											X	X	X
Prueba 1. Test/Cuestiones					X											X	X	X
Presentación Actividad 3								X								X	X	X
Presentación Actividad 4										X						X	X	X
Prueba 2. Test/Cuestiones										X						X	X	X
Presentación Actividad 5												X				X	X	X
Presentación Actividad 6													X			X	X	X
Prueba 3. Test/Cuestiones															X	X	X	X

## CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA ORDINARIA:

### Composición de la evaluación continua:

- Actividad 1: 5% (Trabajos y proyectos)
- Actividad 2: 7% (Trabajos y proyectos)
- Actividad 3: 7% (Trabajos y proyectos)
- Actividad 4: 7% (Trabajos y proyectos)
- Actividad 5: 7% (Trabajos y proyectos)
- Actividad 6: 7% (Trabajos y proyectos)
- Prueba de conocimientos 1: 20% (10% pruebas objetivas + 10% pruebas de respuesta corta)
- Prueba de conocimientos 2: 20% (10% pruebas objetivas + 10% pruebas de respuesta corta)
- Prueba de conocimientos 3: 20% (10% pruebas objetivas + 10% pruebas de respuesta corta)

**Pruebas de conocimientos durante la evaluación continua:** Tendrán dos partes: Una primera parte será tipo test y tendrá 10 preguntas tipo test que sumarán 1 punto si son correctas y restarán 0,25 si son incorrectas. Una segunda parte incluirá 2 a 4 preguntas cortas pudiendo ser cuestiones relativas a la actividad desarrollada en clase. Cada parte tendrá un valor de un 10% sobre la nota global. Es necesario obtener un mínimo de 3.5 sobre 10 en la media de las pruebas de conocimientos para hacer media con los trabajos y poder aprobar la asignatura. Los alumnos que suspendan la asignatura durante la evaluación continua deberán realizar el examen completo y entregar un trabajo que agrupe las 6 actividades si no las han entregado durante el curso. El trabajo no debe exceder 24 páginas sin contar portada y bibliografía.

### Convocatoria ordinaria

El examen de la convocatoria ordinaria estará compuesto por 20 preguntas tipo test junto a 4 preguntas de respuesta corta. Las preguntas tipo test sumarán 1 punto si son correctas y restarán 0,25 si son incorrectas. Cada una de las partes del examen representará un 30% de la nota global. Es necesario obtener un mínimo de 3.5 sobre 10 en el examen para hacer media con los trabajos y poder aprobar la asignatura. La valoración en la convocatoria ordinaria es:

- Trabajo Actividades 1-6: 40%
- Examen Ordinario: 60% (30% respuestas objetivas + 30% respuestas cortas)

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.

### Actividades

#### Actividad 1

En la primera actividad los miembros del equipo deben inventar una empresa con una finalidad concreta. Cada

miembro del grupo debe ostentar el rol de jefe de un departamento concreto. Uno de ellos necesariamente debe ser el responsable de informática y otro el CEO. Los alumnos deben investigar la estructura de otras empresas parecidas del sector y elaborar un trabajo sobre las funciones de cada uno de los departamentos seleccionados y establecer el fin concreto de la empresa. La actividad concluye con una presentación en clase donde se dará a conocer la organización, se indicarán las empresas ejemplo utilizadas, y cada miembro del equipo explicará su cometido dentro de la misma.

### Actividad 2

Se debe seleccionar uno o varios procesos que la empresa creada en la actividad 1 debe llevar a cabo. Los procesos seleccionados deben requerir tareas de los distintos departamentos estudiados. La actividad consiste en plasmar gráficamente dichos procesos, explicarlos e indicar cómo generan valor en la organización. Se tendrán en cuenta procesos en otras organizaciones. Se tiene que elaborar un trabajo donde se propondrá a mayores cómo quedarían dichos procesos en un sistema tipo BPM. La actividad concluye con la presentación en clase. Para la representación de los procesos se utilizará la herramienta Visio.

### Actividad 3

Teniendo en cuenta los sistemas integrales de gestión de otras organizaciones, se debe elaborar un sistema para la empresa creada en la actividad 1 seleccionando algún proceso o metodología concreto que pueda ser transversal entre calidad, medio ambiente y PRL. Se indicará el ejemplo sobre el que se ha realizado el estudio y se elaborará el documento que refleja dicho proceso en la empresa de la actividad 1.

### Actividad 4

La empresa de la actividad 1 decide implantar un ERP. Se deben investigar los ERP existentes, buscando preferiblemente soluciones económicas o incluso freeware. Dentro de la solución ERP seleccionada, se deben decidir los módulos a utilizar y los posibles desarrollos a realizar. Cada uno de los departamentos de la primera actividad deberá quedar reflejado en el ERP y los procesos seleccionados en la actividad 2 tienen que poder integrarse, al menos parcialmente. Se tiene que elaborar un trabajo que refleje los ERP considerados, el seleccionado y las razones, los módulos o desarrollos a implementar, cómo afecta a los departamentos seleccionados y cómo se pueden integrar los procesos de la actividad 2. Un valor añadido será la posibilidad de llevar a cabo un despliegue en algún ERP en prueba o freeware.

### Actividad 5

En esta actividad, la empresa de la actividad 1 llevará a cabo una campaña de marketing digital. Basándose en lo estudiado en clase y en su propia investigación, se mostrará en qué consiste dicha campaña y qué beneficios permitirá obtener a la empresa (la de la actividad 1).

### Actividad 6

A partir de lo estudiado en los temas 6 y 7 el alumno elegirá algún tipo de solución web que se adapte a la empresa de la actividad 1, sea un portal de venta, un foro, blog o cualquier otro tipo de solución. Deberán indicar qué beneficios esperan para la organización y cómo lo llevarán a cabo, indicando por ejemplo la solución tecnológica a utilizar.

### Rúbrica

Todas las actividades serán cortas y resultarán en trabajos de no más de 4 páginas por grupo, excluyendo portada y bibliografía. A mayores, cada grupo presentará una presentación en clase de su trabajo.

La evaluación de cada actividad grupal tendrá en cuenta los siguientes criterios:

- Profundidad del estudio realizado (grupo)
- Claridad, organización y corrección gramatical (grupo)
- Participación y capacidad de respuesta (individual)
- Claridad en la presentación (individual)
- Manejo con propiedad de términos (individual)

Todos los criterios tienen el mismo peso.

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

Los alumnos que suspendan la asignatura en la convocatoria ordinaria deberán realizar el examen completo y entregar un trabajo que agrupe las 6 actividades previamente descritas si no las han entregado durante el curso. El trabajo no debe exceder 24 páginas sin contar portada y bibliografía. El examen de la convocatoria extraordinaria estará compuesto por 20 preguntas tipo test junto a 4 preguntas de respuesta corta. Las preguntas tipo test sumarán 1 punto si son correctas y restarán 0.25 si son incorrectas. Cada una de las partes del examen representará un 30% de la nota global. Es necesario obtener un mínimo de 3.5 sobre 10 en el examen para hacer media con los trabajos y poder aprobar la asignatura.

La valoración en la convocatoria extraordinaria es:

- Trabajo Actividades 1-6: 40%
- Examen Extraordinario: 60% (30% respuestas objetivas + 30% respuestas cortas)

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 objetivas	30%
Pruebas de respuesta corta	30%
Trabajos y proyectos	40%

### 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.