

## DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

<b>ASIGNATURA:</b> Oportunidades de Negocio y Estrategias Empresariales
<b>PLAN DE ESTUDIOS:</b> Máster Universitario en Investigación y Gestión de la Innovación en Comunicación (OMA-IICOMUNI)
<b>GRUPO:</b> 2324-01
<b>CENTRO:</b> Facultad de Ciencias Sociales
<b>CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:</b> Obligatorio
<b>ECTS:</b> 5,0
<b>CURSO:</b> 1º
<b>SEMESTRE:</b> 1º Semestre
<b>IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:</b> Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

## DATOS DEL PROFESOR

<b>NOMBRE Y APELLIDOS:</b> JOSE LOMINCHAR JIMENEZ
<b>EMAIL:</b> <a href="mailto:jlominchar@uemc.es">jlominchar@uemc.es</a>
<b>TELÉFONO:</b> 983 00 10 00
<b>CV DOCENTE:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Doctor en Derecho por la Universidad Camilo José Cela.</li> <li>-Doctor Honoris Causa por el Centro Universitario de Estudios Jurídicos de México.</li> <li>-Profesor contratado Doctor acreditado Aneca</li> <li>-Licenciado en Derecho por la Universidad Complutense</li> <li>-MBA: Escuela Europea de dirección y Empresa</li> <li>-Ponente internacional TED</li> </ul> 22 años como docente internacional en grado y posgrado DIRECTOR DE MASTER : <ul style="list-style-type: none"> <li>• DIRECTOR MICAIE ON LINE y BLENDED : MASTER INTERNACIONAL DE EMPRENDIMIENTO</li> <li>• CODIRECTOR MASTER BIG DATA SEMI-PRESENCIAL EN MÉXICO : UNIVERSIDAD AUTÓNOMA TAMAULIPAS.</li> </ul> DIRECCION TFM , TRIBUNALES TFM Y DOCTORADO <ul style="list-style-type: none"> <li>• DIRECTOR TRABAJO FIN DE MASTER : 200 PROYECTOS</li> <li>• PRESIDENTE DE TRIBUNALES DE TRABAJO FIN DE MASTER: 150 PRESIDENCIAS.</li> <li>• MIEMBRO TRIBUNALES FIN DE MASTER : 200 TRIBUNALES</li> <li>• MIEMBRO TRIBUNAL DOCTORADO DERECHO EN UAT MEXICO</li> <li>• MIEMBRO DE TRIBUNALES DOCTORADO COMUNICACIÓN UNIV AUTÓNOMA DE TAMAULIPAS EN MÉXICO.</li> </ul> DOCENTE EN DOCTORADO <ul style="list-style-type: none"> <li>• DOCENTE EN DOCTORADO COMUNICACIÓN UNIV AUTÓNOMA DE TAMAULIPAS EN MÉXICO.</li> <li>• DOCENTE EN DOCTORADO DERECHO DEL CENTRO UNIV ESTUDIOS JURIDICOS DE MEXICO.</li> </ul> INVESTIGACIÓN Y PUBLICACIONES indexadas : 22 PUBLICACIONES
<b>CV PROFESIONAL:</b> DIRECTOR GENERAL / CONSULTOR INTERNACIONAL /EJECUTIVO DE ALTA DIRECCION CON PROYECCIÓN INTERNACIONAL / DOCENTE Y CONFERENCIANTE INTERNACIONAL. Ha ocupado posiciones de: Director de RRHH, Director Comercial, Director Internacional y Director General. Un líder entusiasta, buen comunicador, con amplia experiencia internacional en diversas áreas funcionales. Experiencia probada en el desarrollo, gestión y organización empresarial, planes de negocio global y regional, gestión de innovación, competitividad y desarrollo estratégico, combinada con la capacidad de implantar y orientar a los resultados a través del liderazgo efectivo de equipos. Capaz de conceptualizar estratégicamente y también hábil en planificación y ejecución de la gestión y organización empresarial. 60 Proyectos en Gobiernos, Empresas Multinacionales , Micro/Pymes , Universidades

y Escuelas de Negocio en más de 11 países. Docencia y conferencias impartidas en 60 Universidades. Áreas de Especialización como Directivo, Consultor, Conferenciante y Docente Internacional: Dirección, Gestión y organización empresarial. Consultoría y RRHH en Pymes, Multinacionales y Gobiernos. Compaginando sus posiciones como Directivo, Emprendedor y Consultor Internacional con la docencia en Grado y Posgrado Docente en Departamento/Área Jurídico, Humanidades . Conferenciante TED.

#### CV INVESTIGACIÓN:

1. Estancia Investigación Internacional De 3 Meses En México En La Universidad Autónoma De Tamaulipas : “ Comunicación, Big Data y Derecho“
2. Diseño Proyecto Y Capacitación “Centro Transferencia Conocimiento UAT-México“
3. Miembro permanente grupo innovación e investigación académica . Centro Universitario de Estudios Jurídicos en México Desde 2016.
4. Lominchar, J.: “Relaciones Entre Cambio Climático Y Comercio Internacional: Una Propuesta De Compensación” Ed. Sínderesis, 2019. Isbn: 978-84-1626-295-3
5. Lominchar, J.: “Revisión De La Ordenación Del Comercio Internacional Y Su Relación Con El Cambio Climático Y El Desarrollo De Los Pueblos “Derecho Y Cambio Social (Nº58),2019
6. Lominchar, J.: " Derecho y Cambio Social (N.º 58), 2019. Lominchar, J.: "Las Pymes en el Mundo Árabe",
7. Lominchar, J.: “Impacto Del Comercio Internacional En El Cambio Climático” [Http://Www.Ab-Initio.Es/Wp-Content/Uploads/2015/04/06-Cambioclimatico.Pdf](http://www.Ab-Initio.Es/Wp-Content/Uploads/2015/04/06-Cambioclimatico.Pdf)
8. Lominchar, J.: "Gobernanza Internacional En Las Relaciones Entre Transporte Y Contaminación: Gestión De Externalidades Y Exigibilidad De Derechos", Encuentros Multidisciplinares (Nº62), 2020.
9. Lominchar, J.: "Cambios En La Regulación Internacional Del Cambio Climático Y Sus Externalidades", Derecho Y Cambio Social (Nº59), 2020.
10. Autor Reseña Para Gómez Rivas, L.: Campeones De La Libertad. Los Maestros De La Segunda Escolástica Española E Iberoamericana. Madrid: Unión Editorial, 2019, 241 Págs.(978-84-7209-759-9)
11. Lominchar J.: “Pymes, jóvenes y empleo: Una mirada desde Marruecos”. Revista Venezolana de Gerencia-Q2 (Nº91 Julio 2020)
12. Investigador De Gidecog-Isemco
- 13.<https://www.abacademies.org/articles/labour-relations-development-until-the-digital-transition-from-fragile-human-resources-to-agile-talentcollaborators--the-complianc-9926.html>. Publicado volumen 23 . Número 6. Q2. Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues
14. Lominchar, J:” Nuevas tendencias en RRHH y desarrollo de talento profesional” Journal Of Sociology And Theory Of Religión (V.9), 2020
15. Lominchar, J. : “ COVID-19: Impacto en la fuerza de trabajo y los autónomos” Edición del Año 26 de la Revista Venezolana de Gerencia del año 2021.
16. Lominchar J.: Universidades Católicas de Colombia y sus relaciones internacionales e institucionales. Journal of the Sociology and Theory of Religion; Vol. 11 (2021) pags. 86-96
17. Lominchar, J.: Comprensión del acoso laboral desde diferentes Constructos teóricos . “Plus Economía”. Vol. 8, Núm. 2, Junio 2020 - Noviembre 2020
18. Lominchar, J: European Green Deal and Recovery Plan: Green Jobs, Skills and Wellbeing Economics in Spain .Julio 2021- <https://www.mdpi.com/1996-1073/14/14/4145>

#### DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

##### DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA:

En esta asignatura se tratarán temas como el comportamiento de las organizaciones, la estrategia y control de gestión, las herramientas de diagnóstico y la medición de rendimiento.

## CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:

### 1. CONTROL DE GESTIÓN

1. El consumidor digital : En el tema “El consumidor digital” se tratará sobre el modelo de consumo de los usuarios y su cambio de actitud, de meramente pasiva a activa, que permite la irrupción y el desarrollo del rol prosumidor. Los usuarios acceden a los contenidos en el espacio virtual de la web, de la que se muestra su evolución, siendo las redes sociales un instrumento idóneo para que puedan interactuar y además adoptar un papel activo, de variadas y cambiantes formas, estudiadas periódicamente desde distintos frentes.
2. Empresas de comunicación: creación, expansión y diversificación : El tema “Empresas de comunicación: creación, expansión y diversificación” incide en el panorama de los medios de comunicación y en cuestiones legislativas que les afectan, incluyendo las relativas al componente autoral y de propiedad industrial. Se trabaja desde la perspectiva doble de empresa y de proyecto, explicando distintos aspectos administrativos, legales y financieros, que aluden al proceso de creación y gestión de empresas y proyectos comunicativos y audiovisuales
3. Medios de comunicación multiplataforma : El tema “Medios de comunicación multiplataforma” muestra el panorama de los grandes grupos mediáticos y periodísticos, y su proceso de readaptación al concepto multiplataforma, así como el espectro de las plataformas que aprovechan los nuevos modelos de distribución y recepción de contenidos. También se tratará de la planificación de los medios, así como de las modalidades desde la que los usuarios pueden profesionalizarse en la producción de contenidos, mediante herramientas como el blog, podcast o la creación y distribución de contenidos audiovisuales, así como su monetización.
4. Emprendimiento en soportes digitales y nuevas líneas de negocio : En cuanto al tema “Emprendimiento en soportes digitales y nuevas líneas de negocio” se trabajará sobre líneas de financiación empresarial y para proyectos, así como la gestión del emprendimiento en soportes digitales. Para ello se incidirá en las oportunidades de negocio y en los diversos tipos de modelos de negocios digitales, los planes para su desarrollo y diseño, así como las metodologías innovadoras existentes a la hora de afrontar un nuevo modelo de negocio.

## RECURSOS DE APRENDIZAJE:

Los recursos de aprendizaje que se utilizarán en todas las asignaturas de la titulación (salvo las prácticas externas) para facilitar el proceso de enseñanza-aprendizaje, son:

- Campus online de la UEMC (Open Campus)
- Plataforma de Webconference (Adobe Connect)

Las comunicaciones con el profesor serán a través de Open Campus vía Mi correo, Tablón o/y Foro.

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

### COMPETENCIAS BÁSICAS:

- CB6. Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
- CB7. Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
- CB8. Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
- CB9. Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones -y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
- CB10. Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo

#### COMPETENCIAS GENERALES:

- CG01. Capacidad de organización y planificación
- CG04. Capacidad y habilidad para la toma de decisiones
- CG05. Capacidad para trabajar en equipos de carácter interdisciplinar
- CG07. Capacidad de crítica y autocrítica
- CG08. Habilidades interpersonales (tanto con miembros del entorno como con científicos/profesionales de otros centros)
- CG09. Reconocimiento a la diversidad y a la multiculturalidad
- CG10. Desarrollar hábitos de excelencia y calidad en el ejercicio profesional
- CG11. Capacidad para generar nuevas ideas (creatividad)
- CG12. Iniciativa y espíritu emprendedor

#### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- CE15. Capacidad para liderar nuevos proyectos en el segmento digital desde el punto de vista del emprendimiento nuevos entornos organizacionales.

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- Comprender las demandas de los consumidores digitales y adaptar las ideas de negocio a sus necesidades y deseos.
- Saber proyectar una idea de negocio en el marco digital y de los canales que mejor sustentan los proyectos comerciales.
- Aprender a detectar las necesidades de los públicos en el marco digital, para poder emitir mensajes que generen el impacto deseado sobre el público objetivo de una marca.

#### BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

##### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- ÁMILA, Clara (2019): Estrategias y marketing de contenidos.. Anaya. ISBN: 978-84-415-3539-4
- TAYAR, Ricardo (2018): CRO. Diseño y desarrollo de negocios digitales. Anaya. ISBN: 978-84-415-3957-0
- HERNÁNDEZ DAUDER, M<sup>a</sup> Ángeles, ESTRADA, José María y JORDÁN SORO, David (2017): Marketing Digital. Mobile Marketing, SEO y analítica web. Anaya. ISBN: 978-84-415-3851-1

##### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- PRAT, Marie (2016): Posicionamiento web. Estrategias de SEO. Ediciones ENI.. ISBN: 978-2-409-00490-2
- GARCÍA GARRIDO, Emilio (2020): Personal Branding. Guía para alcanzar el éxito profesional en Internet. Anaya. ISBN: 978-84-415-4273-0
- MONTIEL VALLVÉ, Adrià (2017): El mobile marketing y las apps. Editorial UOC. ISBN: 978-84-9116-764-8
- MARTÍNEZ, Pablo A (2017): Como crear una empresa con una app. RA-MA Editorial. ISBN: 978-84-9964-704-3

##### WEBS DE REFERENCIA:

Web / Descripción

[Revista Digital](https://revistadigitos.com/index.php/digitos)(<https://revistadigitos.com/index.php/digitos>)  
Revista Comunicación Digital

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

##### METODOLOGÍAS:

Se describe a continuación la metodología aplicada

#### MÉTODO DIDÁCTICO:

El papel del profesor cobra importancia a través de la impartición de clases magistrales en tiempo real por videoconferencia que podrá utilizar para explicar los contenidos teóricos, resolver dudas que se planteen durante la sesión, ofrecer retroalimentación sobre las actividades de evaluación continua o realizar sesiones de tutoría de carácter grupal.

#### MÉTODO DIALÉCTICO:

Se caracteriza por la participación de los alumnos en las actividades de evaluación continua de debate y la intervención de éstos a través del diálogo y de la discusión crítica (seminarios, grupos de trabajo, etc.). Utilizando este método el alumno adquiere conocimiento mediante la confrontación de opiniones y puntos de vista. El papel del profesor consiste en proponer a través de Open Campus temas referidos a la materia objeto de estudio que son sometidos a debate para, posteriormente, evaluar el grado de comprensión que han alcanzado los alumnos.

#### MÉTODO HEURÍSTICO:

Este método puede desarrollarse de forma individual o en grupo a través de las actividades de evaluación continua (entregas de trabajos, resolución de ejercicios, presentaciones, etc.). El objetivo es que el alumno asuma un papel activo en el proceso de aprendizaje adquiriendo los conocimientos mediante la experimentación y la resolución de problemas.

#### CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

Las actividades formativas que se realizan en la asignatura son las siguientes:

**Clases teóricas:** Actividad dirigida por el profesor que se desarrollará de forma sincrónica en grupo. Para la realización de esta actividad en Open Campus, la UEMC dispone de herramientas de Webconference que permiten una comunicación unidireccional en las que el docente puede desarrollar sesiones en tiempo real con posibilidad de ser grabadas para ser emitidas en diferido.

**Actividades prácticas:** Actividades supervisadas por el profesor que se desarrollarán fundamentalmente de forma asíncrona, y de forma individual o en grupo:

- Actividades de debate. Se trata de actividades en las que se genera conocimiento mediante la participación de los estudiantes en discusiones alrededor de temas de interés en las distintas asignaturas.
- Entregas de trabajos individuales o en grupos a partir de un enunciado o unas pautas de trabajo que establecerá el profesor.
- Resolución de ejercicios y problemas que el alumno debe realizar a través de Open Campus en un periodo de tiempo determinado. Esta actividad puede ser en formato test de evaluación.

**Tutorías:** Las tutorías podrán tener un carácter sincrónico o asíncrono y podrán desarrollarse de manera individual o en grupos reducidos.

Están previstas dos sesiones de tutoría por videoconferencia, una al inicio y otra al final del semestre. En la primera se presentará la asignatura y la guía docente y en la segunda, en las semanas previas a la evaluación final, se dedicará a la resolución de dudas de los estudiantes.

Además, el docente utiliza el Tablón, el Foro y el Sistema de correo interno de Open Campus para atender las necesidades y dudas académicas de los estudiantes.

#### SESIONES EN TIEMPO REAL :

Título	
TU1	Presentación asignatura y Guía docente
CM1	La Nueva Realidad. Amenaza u Oportunidad
CM2	El Consumidor Digital. Las nuevas generaciones de consumidores

Título	
CM3	Empresas de comunicación. La evolución constante
CM4	Medios de comunicación multiplataforma: Nuevos escenarios profesionales
CM5	Medios de comunicación multiplataforma 2: Profesionalización del prosumidor
CM6	Emprendimiento digital y nuevas líneas de negocio
TU2	Resolución de dudas antes de la evaluación

#### EVALUACIÓN CONVOCATORIA ORDINARIA:

Evaluación continua	60%
Evaluación final	40%

#### ACTIVIDADES Y SISTEMAS DE EVALUACIÓN :

Tipo Evaluación	Nombre Actividad	% Calif.
Evaluación continua (60 %)	1. Entrega individual (Entrega individual)	25
	2. Actividad 2 (Entrega individual)	25
	3. Test de evaluación (Test de evaluación)	10
Evaluación final (40 %)	1. Prueba de evaluación final Online (Prueba de evaluación final)	40

#### CONSIDERACIONES EVALUACIÓN CONVOCATORIA ORDINARIA:

A lo largo de la planificación de la asignatura el alumno realizará **actividades de evaluación continua** que forman parte de la calificación de la asignatura con un peso del 60% sobre la nota final.

Para superar la evaluación continua, el alumno debe obtener una media de igual o superior a 5 entre todas las actividades. En el caso de no superar la evaluación continua, se guardan para la convocatoria extraordinaria las notas de aquellas actividades aprobadas, no pudiendo volver a presentarlas.

El sistema de evaluación de esta asignatura acentúa el desarrollo gradual de competencias y resultados de aprendizaje y, por tanto, se realizará una evaluación continua a través de las distintas actividades de evaluación propuestas. El resultado de la evaluación continua se calcula a partir de las notas obtenidas en cada actividad teniendo en cuenta el porcentaje de representatividad en cada caso.

Todas las actividades deberán entregarse en las fechas previstas para ello, teniendo en cuenta:

- Las actividades de evaluación continua (entrega de trabajos) se desarrollarán según se indica y, para ser evaluadas, los trabajos deberán ser entregados en la forma y fecha prevista y con la extensión máxima señalada. No se evaluarán trabajos entregados posteriormente a esta fecha o que no cumplan con los criterios establecidos por el profesor.
- La no entrega de una actividad de evaluación continua en forma y plazo se calificará con un 0 y así computarán en el cálculo de la nota de evaluación continua y final de la asignatura.
- Cualquier tipo de copia o plagio por mínimo que sea, supondrá una calificación de 0 en la actividad correspondiente.
- Las actividades de evaluación continua (tipo test) se desarrollarán con anterioridad a la realización de las pruebas de evaluación parcial y final de la asignatura



Los alumnos accederán a través de OpenCampus a las calificaciones de las actividades de evaluación continua en un plazo no superior a 15 días lectivos desde su fecha de entrega, excepto causas de fuerza mayor en cuyo caso se informará al alumno a través del Tablón.

La evaluación continua se completará con una **evaluación final online**, que se realizará al finalizar el periodo lectivo de cada asignatura. Los exámenes serán eminentemente prácticas, de manera que, los alumnos podrán disponer de los apuntes y consultarlos, (solo en formato digital) durante la realización de la prueba.

Para resolver el examen, los alumnos deberán descargar el enunciado de la prueba y una vez cumplimentado, subirlo en el espacio correspondiente del campus virtual

La prueba **supondrá un 40%** de la calificación sobre la nota final de la asignatura.

- El alumno tendrá la posibilidad, siempre dentro de los tres días siguientes a la publicación de las notas, a renunciar a su calificación, y presentarse en la siguiente convocatoria
- El alumno tendrá hasta 3 días después de la calificación para solicitar al docente más información sobre su calificación por el correo de la plataforma. **ÍA DOCENTE**
- Cualquier tipo de irregularidad o fraude en la realización de una prueba, supondrá una calificación de 0 en la prueba/convocatoria correspondiente.
- El aplazamiento concedido por la Universidad para la realización de una evaluación final se registrará por lo establecido en el Manual de "Directrices y plazos para la tramitación de una solicitud"

La nota final se corresponderá con la media aritmética del resultado obtenido en cada una de las partes. En caso de no superación, se guarda la parte aprobada para la convocatoria extraordinaria.

La **nota global** de la asignatura se obtiene ponderando la calificación de la evaluación continua y de la evaluación final según los siguientes porcentajes, y debiendo tener aprobadas ambas partes, continua y final, para superar la asignatura.

Si un alumno no se presenta a la prueba de evaluación final, su calificación en la convocatoria será de "No presentado", con independencia de que haya realizado alguna actividad de evaluación continua.

De igual modo si el alumno no entrega ninguna actividad de evaluación continua, obtendrá la calificación de "No presentado", con independencia de que haya aprobado la prueba de evaluación final, en cuyo caso, se le guardaría su calificación para la convocatoria extraordinaria

#### **EVALUACIÓN CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:**

<b>Evaluación continua</b>	<b>60%</b>
<b>Evaluación final</b>	<b>40%</b>

#### **ACTIVIDADES Y SISTEMAS DE EVALUACIÓN :**

Tipo Evaluación	Nombre Actividad	% Calif.
Evaluación continua (60 %)	1. Actividad 1 (Entrega individual)	25
	2. Actividad 2 (Entrega individual)	25
	3. Test de evaluación (Test de evaluación)	10
Evaluación final (40 %)	1. Prueba de evaluación final Online (Prueba de evaluación final)	40

#### **CONSIDERACIONES EVALUACIÓN CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:**

Los estudiantes que no hayan superado la asignatura en la convocatoria ordinaria, porque hayan suspendido la evaluación continua o la prueba de evaluación final, podrán presentarse a las pruebas establecidas por el

profesor en la convocatoria extraordinaria.

Para la convocatoria extraordinaria se guardan las calificaciones de las actividades de evaluación continua y prueba de evaluación final, superadas por el estudiante (nota superior o igual a 5), no permitiéndose volver a realizarlas.

- En convocatoria extraordinaria, el alumno solo podrá entregar las actividades de evaluación continua no superadas, guardándose la calificación de las aprobadas.
- El alumno tendrá hasta 3 días después de la calificación para solicitar al docente más información sobre su calificación por el correo de la plataforma.
- Cualquier tipo de irregularidad o fraude en la realización de una prueba, supondrá una calificación de 0 en la prueba/convocatoria correspondiente.
- El aplazamiento concedido por la Universidad para la realización de una evaluación final se registrará por lo establecido en el Manual de "Directrices y plazos para la tramitación de una solicitud".

En la convocatoria extraordinaria, la **nota global** de la asignatura se obtiene ponderando la calificación de la evaluación continua y de la evaluación final, de la misma forma que en la convocatoria ordinaria.

Al igual que en la convocatoria ordinaria, en la convocatoria extraordinaria es necesario superar tanto la evaluación continua como la evaluación final para aprobar la asignatura.

Si un alumno no se presenta a la prueba de evaluación final, su calificación en la convocatoria será de "No presentado", con independencia de que haya realizado alguna actividad de evaluación continua.

#### SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE (%)
Pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas	25%
Pruebas de respuesta corta	20%
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	20%
Pruebas objetivas	10%
Trabajos y proyectos	25%