

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Dirección Comercial
PLAN DE ESTUDIOS: Grado en Administración y Dirección de Empresas (PGR-ADE)
GRUPO: 2425-M1
CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Obligatorio
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

DATOS DEL PROFESOR

NOMBRE Y APELLIDOS: FRANCISCO ANTONIO LLORED A BAHAMONDE
EMAIL: flloreda@uemc.es
TELÉFONO: 983 00 10 00
HORARIO DE TUTORÍAS: Lunes a las 13:00 horas
CV DOCENTE: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Deusto.</i> • <i>Exchange Programme en New Land park College of Higher Education en lo que hoy es Buckinghamshire New University.</i> • <i>Durante el curso 2018/2019, profesor de Investigación de Mercados en la Facultad de Sociales de la UEMC (Grado de Periodismo y RRPP).</i> • <i>Durante los cursos 2020/2021, 2021/2022, 2022/2023 y 2023/2024, profesor de Iniciativa Emprendedora en la Escuela Politécnica Superior de la UEMC (Grado en Ingeniería de Organización Industrial).</i> • <i>Durante los cursos 2021/2022, 2022/2023 y 2023/2024, profesor de Dirección Comercial en la Facultad de Sociales de la UEMC (Grado de Periodismo y RRPP, y Grado de A.D.).</i> • <i>Durante el curso 2022/2023, profesor de estrategia Empresarial en la Escuela Politécnica Superior de la UEMC (Grado en Ingeniería de Organización Industrial).</i> • <i>Formador tanto corporativo como externo en numerosos cursos empresariales sobre Técnicas Comerciales, Pensamiento Lógico y Creativo, Comunicación Efectiva, etc.</i> • <i>Participación en monográficos para Deusto-SS (Organización Comercial) y ETEA (Fijación de Precios) dentro de actividades para graduados.</i>
CV PROFESIONAL: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Posiciones de creciente responsabilidad en Procter and Gamble, en Ventas, Trade Marketing y de Marketing, hasta Director Asociado .</i> • <i>Posiciones de Dirección Comercial en Cadbury, Gallina Blanca, IRI (Investigación de Mercados) y Supermercados el Árbol.</i> • <i>Consultor Comercial para Tierra de Sabor (JCYL), asesorando no sólo a la JCYL sino también a PYMES alimentarias de la región.</i> • <i>Consultor libre para PYMES de CYL y participante en redes de Interim Management.</i> • <i>Participación en el fondo de apoyo a nuevas iniciativas - Start-ups- "Semilla Expiga".</i>
CV INVESTIGACIÓN: No habiendo participado en Investigación Académica, he participado de diferentes maneras en proyectos de investigación empresariales. A título de ejemplo: <ul style="list-style-type: none"> • 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 modelos analíticos, 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 negocios. 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 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 políticas comerciales, organización comercial y proceso de planificación y control de la función comercial.
- Gestión de clientes y tendencias en la función comercial (evolución, sub-funciones de reciente introducción y previsibles líneas de evolución futura).
- 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 comprensión del role de la Venta Personal en el contexto general de la empresa y de la Función de marketing en el sentido amplio del concepto, diseño de la estrategia comercial, siguiendo con la definición de la organización, así como la comprensión de la gestión de los Clientes. Constituirá el Bloque 1.
- **Otro de implementación**, en cuanto a fijación de objetivos y presupuestos, 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. planes de acción apuntando a su cumplimiento, sistemas de seguimiento y control y terminando con las medidas correctivas que sean precisas, etc. Constituirá el Bloque 2.

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. Distribución para no distribuidores.
 3. HABILIDADES COMERCIALES BÁSICAS : Presentación, reuniones, técnicas básicas (cierre, manejo de objeciones...), etc.
 4. 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. Marca de la Distribución.

5. 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.
6. TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN : Necesidad de alcanzar acuerdos mutuamente satisfactorios. Enfoque Ury (basado en intereses) y tradicional (basado en posiciones).
7. 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. Retención de clientes.
8. CATEGORY MANAGEMENT, SHOPPER MARKETING Y TRADE MARKETING : Funciones más recientemente incorporadas al área comercial.

2. IMPLEMENTACIÓN DE LA FUNCIÓN COMERCIAL

1. VENTA POR DESCUBRIMIENTO DE OPORTUNIDADES : Para poder cubrir oportunidades, estas deben ser primero descubiertas. Visión del Merchandising.
2. POLÍTICA COMERCIAL : Marco general para la actividad comercial de los responsables funcionales o territoriales. RSC, cumplimiento normativo.
3. POLÍTICA PROMOCIONAL : Importancia de la promoción de ventas en la actividad comercial.
4. ACTIVIDAD DE LA FUNCIÓN COMERCIAL. LIDERAZGO, MANAGEMENT Y SUPERVISIÓN : Arranque, lanzamiento y rutinas de la función comercial.
5. 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.
6. RECLUTAMIENTO, ENTRENAMIENTO, MOTIVACIÓN E INCENTIVO Y RETRIBUCIÓN : Creación de los equipos que desarrollarán la función comercial.
7. EVALUACIÓN DEL TRABAJO COMERCIAL : Evaluación y control del trabajo de la organización comercial.
8. PLANIFICACIÓN Y CONTROL : Presupuestos, previsiones, seguimiento y acciones correctivas. Rentabilidad de la función comercial.

3. CONTENIDO EX-CURSUS

1. PRESENTACIONES EFECTIVAS : Hablar en público es una de las principales habilidades de un comercial

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, subrayando sus principales diferencias y semejanzas.
- Se hablará de la situación actual de las organizaciones comerciales. Sin embargo, se comentará la evolución en el tiempo, durante las pasadas décadas, hasta llegar al punto en el que nos encontramos. También exploraremos las 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 de organización y planificación
- CG03. Capacidad para la resolución de problemas
- CG04. Capacidad para tomar decisiones
- CG05. Comunicación oral y escrita en lengua nativa
- CG08. Capacidad para trabajar en equipo
- CG12. Capacidad para comunicarse con expertos de otras áreas
- CG14. Capacidad para trabajar en un equipo de carácter interdisciplinar
- CG18. Capacidad de aprendizaje autónomo (aprender a aprender)

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- CE07. Capacidad para definir objetivos comerciales, diseñar planes funcionales o estratégicos de marketing y desarrollar estrategias y políticas comerciales
- CE17. Capacidad para buscar y analizar información procedente de diversas fuentes

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- 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.
- Realizar un seguimiento y control de las estrategias y acciones puestas en marcha en el Plan de Comunicación.
- 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.

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
- Jason Jordan and Michelle Vazzana (11 Octubre 2011): Cracking the Sales Management Code. McGraw Hill. ISBN: ISBN13 978-0071765732

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
- Philip Kotler (1997): Marketing Management: Analysis, Planning and Control. 9th Edition. Prentice Hall International. ISBN: 0-13-558024-2

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, publicaciones de 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.
- Se recomienda a los alumnos, especialmente a los interesados en el comercio y en las relaciones comerciales, la suscripción a la Newsletter CanalDis (canaldis@canaldis.com), con noticias relevantes sobre la evolución del negocio de la distribución, de la relación comercial y tendencias,.

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 mediante preguntas y en base a la discusión en grupo , fomentándose el debate cuando sea posible.
- 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 17 semanas. Los contenidos teóricos se dividen en dos bloques. La actividad práctica recorrerá el contenido teórico y se dividirá (en el tiempo) en cada uno de los dos bloques, según se persiga la aplicación de unos u otros contenidos teóricos al ejercicio.

1. Las 8 primeras semanas se dedicarán a los contenidos teóricos correspondientes al bloque I, la realización de los ejercicios prácticos de aplicación (correspondientes a la teoría del Bloque) y terminarán con una sesión de refuerzo (resumen de los contenidos principales) y con el examen teórico de la evaluación continua del bloque I, durante la semana 8.
2. Las 8 semanas siguientes se dedicarán a los contenidos teóricos correspondientes al bloque II, la realización de los ejercicios prácticos de aplicación (correspondientes a la teoría del Bloque) y terminarán con una sesión de refuerzo (resumen de los contenidos principales) y con el examen teórico de la evaluación continua del Bloque II.
3. Las tutorías habituales se dedicarán, junto al manejo de dudas que presenten los alumnos, a apoyar los ejercicios y a la realización de la consolidación de los conceptos principales de la asignatura
4. y las tutorías intensivas/generales al final de cada bloque para la preparación de las pruebas de evaluación finales y/o resolución de dudas.
5. Por último, durante las semanas 17 y 18 se realizará la prueba de evaluación final ordinaria en las fechas marcadas por la autoridad académica.

las tutorías tendrán lugar en forma y momento decidido por el profesor, de acuerdo con el mayor número posible de alumnos.

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.

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, a la aplicación y a la consolidación de los temas teóricos.
- Los ejercicios principales consistirán en aplicación práctica, para un caso de estudio, de los bloques teóricos en los que se divide la asignatura. 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.
- Adicionalmente se definirá/n alguno/s ejercicios menores que contribuyan a desarrollar el conocimiento de la asignatura.

USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL POR PARTE DEL ALUMNO

1. Esta(s) actividad(es) es(son) susceptible(s) de utilizar herramientas de inteligencia artificial de manera ética y responsable, lo que supone que su uso está destinado para conseguir más información, contrastar y ayudar de manera efectiva a fomentar la creatividad y enriquecer el aprendizaje activo. Así se entiende que la aplicación inapropiada como el traslado de la reproducción de las herramientas sin aportación y trabajo propio, representa un comportamiento inadecuado, que no cumple con los objetivos de la(s) actividad(es) y así se verá reflejado en su calificación.
2. El profesor podrá incorporar medidas de carácter aleatorio o fijo (sustentación oral del resultado, incluir variaciones en los enunciados, aplicaciones de los resultados a otros contextos, etc.), antes, durante o al finalizar cada actividad formativa, con el propósito de confirmar el uso apropiado de la herramienta de inteligencia artificial.

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
Pruebas de evaluación teóricas								X							X	X	X	X
Tareas simuladas			X		X			X			X							
Presentaciones orales parte práctica						X			X				X					
Trabajo práctico Bloque II													X					

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA ORDINARIA:

La docencia y la evaluación en la asignatura se desarrollarán de forma 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, como parte de la evaluación continua.
 - dicho ejercicio consistirá en 2 preguntas objetivas que valdrán juntas 3 puntos
 - 2 preguntas de desarrollo largo que juntas totalizarán 10 puntos en total
 - 1 pregunta de desarrollo corto, de definición aproximadamente 4 conceptos, que supondrá 10 puntos.

En total, las pruebas teóricas supondrán 23 puntos por bloque, hasta un total de 46 entre ambos bloques, repartidos como 6/20/20 en objetivas/cortas/largas.

- Igualmente, ejercicios prácticos, de aplicación de los conceptos principales de cada uno de los bloques,
 - Para el Bloque 1, los ejercicios prácticos consistirán en 25 puntos
 - 3 tareas simuladas de aplicación valoradas en 5 puntos cada una (15 en total)
 - 2 orales que consistirán en el role play de puesta en escena de dos de las tareas arriba mencionadas, con contenido de práctica comercial, por 5 puntos cada una (10 entre ambos)
 - Para el Bloque 2, los ejercicios prácticos consistirán en 19 puntos:
 - Un trabajo valorado en 9 puntos sobre tema fijado por el profesor en torno al futuro del comercio, la actividad comercial, aspectos sociales y tecnológicos que pueden afectar a alguno de ellos, etc.
 - Como evaluación oral, presentación del trabajo recién mencionado, en publico, como aplicación a los conceptos del tema de Presentaciones Efectivas, valorado en 5 puntos, considerado prueba oral en el sistema de evaluación.
 - Una tarea simulada de aplicación, valorada en 5 puntos
- Previamente a las pruebas, se realizarían tutorías 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 46% de la puntuación de la asignatura.
- Los trabajos prácticos equivaldrán al 44% de la puntuación de la asignatura.
- Las actitudes serán valoradas en un 10% de la puntuación total de la asignatura. Las actitudes reflejarán la participación, colaboración con el grupo, puntualidad...que siempre implica asistencia salvo causas justificadas.
- Repartidos entre bloques, suponen 53 puntos para el Bloque 1 y 47 para el Bloque 2.
- 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 al examen al final de la convocatoria ordinaria, con el contenido del mismo(s). 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. Los dos bloques se promediarán para llegar a la nota general de la convocatoria.
- En caso de que el alumno tenga liberados los ejercicios de un Bloque (más del 50% de los puntos correspondientes a los ejercicios prácticos del Bloque), el profesor, a su criterio, podrá limitar la convocatoria ordinaria al contenido teórico y en el peso correspondiente a la teoría del bloque, manteniéndose la puntuación de los ejercicios prácticos. Lo que nunca se admitirá es que las convocatorias ordinaria y extraordinaria supongan mayor facilidad a un alumno al no incluir ejercicios prácticos o de aplicación práctica de la materia de cada Bloque.

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.

NOTA: USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL

El uso inapropiado de herramientas de inteligencia artificial, tendrán una calificación de cero (0). Asimismo, si se comprueba que este comportamiento irresponsable es generalizado o habitual por parte del estudiante, además de reflejarlo en su evaluación continua y final, puede acarrear la apertura de un expediente disciplinario.

NOTA: POSIBLE COPIA DEL EXAMEN:

Cuando existan suficientes indicios de copia del examen, el profesor podrá hacer que el alumno defienda de forma oral el contenido del examen, para confirmar su conocimiento real de la materia

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

Aquél alumno que, tras la evaluación continua y el examen de la convocatoria ordinaria, se encuentre con que la nota promedio no le permite aprobar la asignatura, tendrá que acudir con ambos bloques al examen de la convocatoria extraordinaria. En caso contrario, acudirá únicamente con el Bloque suspendido.

De nuevo, en caso de que el alumno tenga liberados los ejercicios de un Bloque (más del 50% de los puntos correspondientes a los ejercicios prácticos del Bloque), el profesor, a su criterio, podrá limitar la convocatoria ordinaria al contenido teórico y en el peso correspondiente a la teoría del bloque, manteniéndose la puntuación de los ejercicios prácticos. Lo que nunca se admitirá es que las convocatorias ordinaria y extraordinaria supongan mayor facilidad a un alumno al no incluir ejercicios prácticos o de aplicación práctica de la materia de cada Bloque.

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 orales	15%
Trabajos y proyectos	9%
Pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas	20%
Pruebas objetivas	6%
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	20%
Escalas de actitudes	10%