

ORGANIZACIÓN DE EVENTOS III

Grado Oficial en Organización de Eventos,
Protocolo y Relaciones Institucionales
2021-2022

www.protocoloimep.com

1_ DATOS DESCRIPTIVOS DE LA ASIGNATURA

NOMBRE DE LA ASIGNATURA

Organización de Eventos III.

CRÉDITOS	TIPO	CURSO	SEMESTRE
7.5 ECTS	Básica	Tercero	Primero

Titulación	Grado Oficial en Organización de Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales
Centro	IMEP en C/ Arzobispo Loaces, 3
Aula teoría	Por determinar, ver publicado por IMEP para todos los cursos
Aula práctica	Por determinar, ver publicado por IMEP para todos los cursos
Idioma	Castellano

PROFESORADO

Nombre	e-mail
Antonio Bolaños	antonio.bolanos@protocoloimep.com

HORARIO

Clase	Fechas salidas académicas Fechas "Meet the pros"	Fecha Exámenes
Lunes tarde Horario de 15.45 a 19.45, con descanso entre las 18.00 y las 18.20 Aula 4 en Planta 4 para teoría y práctica	Programada asistencia a Meet the Pros según fechas publicadas por IMEP y análisis del caso Volvo Ocean Race con base en Alicante con fechas por determinar	Ordinaria presencial el 25 de enero de 2022, de 16.30 a 18.30 Ordinaria distancia el 28 de enero de 2022, de 10.00 a 12.00 Extraordinaria presencial y distancia 5 de septiembre de 2022, de 16.00 a 18.00

2_ CONTEXTUALIZACIÓN

Esta asignatura establece las bases teóricas de las diferentes áreas relevantes en la Organización de Eventos y tiene el objetivo de ofrecer una perspectiva muy práctica que permita entender dichas bases y enriquecer los conocimientos mediante casos, IMEP – Instituto Mediterráneo de Estudios de Protocolo | C/ Arzobispo Loaces, 3 Alicante

ejemplos, investigación y trabajo en individual y en grupo. Los eventos se han convertido en uno de los motores de las estrategias de marketing de las empresas y de turismo de muchas ciudades y regiones, por el impacto económico que generan y su imagen de marca. Su complejidad organizativa requiere conocer y gestionar bien las diferentes áreas para que un evento se realice con éxito. La asignatura aborda aspectos técnicos y organizativos necesarios para poder celebrar un evento con los resultados esperados, con ejemplos prácticos que ayuden a comprenderlos.

2.1 Recomendaciones para la asignatura.

Se requerirá la utilización de ordenadores con conexión a Internet para la parte práctica de la asignatura.

2.2 Mecanismos de Coordinación Docente.

IMEP cuenta con la figura del Coordinador del Grado, que recae en la posición del Director de Grado, encargado de establecer las reuniones necesarias para:

- Coordinar las actividades docentes dentro de una misma área de especialización.
- Compartir recursos y materiales docentes.
- Poner en común criterios que aplican los docentes para evaluar la adquisición.
- Revisar contenidos y métodos para evitar las duplicidades entre asignaturas.
- Intercambiar experiencias docentes.

3_ COMPETENCIAS

3.1 Competencias generales (transversales) y Competencias específicas.

COMPETENCIAS GENERALES

1. Capacidad de trabajo en equipo – Exclusivamente grupo presencial (CG11).
2. Conocimiento adecuado de las administraciones, empresas, instituciones, organismos públicos y organizaciones en general, reglamentaciones y procedimientos necesarios para la realización de trabajos y otras actividades (CG3).
3. Capacidad de análisis de la dimensión social de la actividad y la responsabilidad social y corporativa. Sensibilidad para afrontar temas sociales (CG5).

4. Capacidad para el desarrollo de nuevas líneas, procesos, proyectos y productos (CG6).

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Capacidad de interpretación de las conductas sociales y de consumo y de las estrategias para la intervención protocolaria (CE1).
2. Capacidad para aplicar las técnicas de administración de empresa en la gestión del protocolo y relaciones institucionales (CE4).
3. Capacidad para desarrollar proyectos organizativos de eventos mediante la planificación de recursos, herramientas tecnológicas y ajustándose a un presupuesto previo (CE7).
4. Capacidad para diseñar y concebir la presentación estética y técnica de la puesta en escena del proyecto (CE9).

4_ CONTENIDOS.

Se verán a lo largo de las unidades temas relevantes en la organización de eventos, como el marketing experiencial y el nuevo consumidor de marcas, la profesión del organizador de eventos en el ámbito empresarial, la producción de eventos, diseño y planificación, aspectos financieros y legales, estrategia asociada al evento y recursos humanos. Los contenidos con mayor detalle son:

4.1_ TEORIA (tanto para presenciales como a distancia).

Unidad didáctica 1: Ingresos de eventos y búsqueda de patrocinadores.

- 1.1. Fuentes de ingresos y financiación de eventos.
- 1.2. El proceso comercial. Búsqueda y activación de patrocinadores.

Unidad didáctica 2: La gestión de operaciones.

- 2.1 Planificación, instalaciones, logística, tecnología.
- 2.2 Gestión de lo inesperado, el plan de crisis.

Unidad didáctica 3: El capital humano del evento.

- 3.1 Selección, reclutamiento e integración del personal. El voluntariado.
- 3.2 Los modelos de gestión y aspectos organizacionales.

Unidad didáctica 4: Aspectos financieros, legales y administrativos.

- 4.1. La presupuestación y el control financiero.
- 4.2. La legislación, contratación y aseguramiento.

Unidad didáctica 5: El protocolo y la experiencia en eventos.

- 5.1. Aspectos relevantes de protocolo en un evento.
- 5.2 El marketing experiencial y su influencia en los eventos.

Unidad didáctica 6: Medios y marketing del evento.

- 6.1 El plan de marketing del evento.
- 6.2 El plan de medios del evento.

Unidad didáctica 7: La estrategia detrás del evento y medición de su impacto.

- 7.1 Selección y contratación. Integración en el plan estratégico y retorno.
- 7.2 El impacto de un evento: económico, imagen de marca, mediático y social.

4.2_ PRÁCTICA (para presenciales y distancia).

Unidad didáctica 1 (práctica 1).

Estudio de fuentes y estrategia de captación de ingresos (evento seleccionado).

Presencial y Distancia:

Presentación en clase, Podcast a realizar y Artículo a escribir según calendario acordado al inicio de la asignatura

Unidad didáctica 2 (práctica 2).

Análisis de los temas operacionales clave y plan de crisis (evento seleccionado).

Presencial y Distancia:

Presentación en clase, Podcast a realizar y Artículo a escribir según calendario acordado al inicio de la asignatura

Unidad didáctica 3 (práctica 3).

Modelo de organización y programa de voluntariado (evento seleccionado).

Presencial y Distancia:

Presentación en clase, Podcast a realizar y Artículo a escribir según calendario acordado al inicio de la asignatura

Unidad didáctica 4 (práctica 4).

Evaluación de los aspectos legales y presupuestarios (evento seleccionado).

Presencial y Distancia:

Presentación en clase, Podcast a realizar y Artículo a escribir según calendario acordado al inicio de la asignatura

Unidad didáctica 5 (práctica 5).

Planificación de temas protocolarios y experienciales (evento seleccionado).

Presencial y Distancia:

Presentación en clase, Podcast a realizar y Artículo a escribir según calendario acordado al inicio de la asignatura

Unidad didáctica 6 (práctica 6).

Elaboración de un plan de marketing y de medios (evento seleccionado).

Presencial y Distancia:

Presentación en clase, Podcast a realizar y Artículo a escribir según calendario acordado al inicio de la asignatura

Unidad didáctica 7 (práctica 7).

Integración estratégica y medición del impacto (evento seleccionado).

Presencial y Distancia:

Presentación en clase, Podcast a realizar y Artículo a escribir según calendario acordado al inicio de la asignatura

5_ METODOLOGÍA

5.1_PRESENCIAL

TEORÍA

En la teoría se utilizará el método de la lección magistral, acompañada con ejemplos prácticos y análisis de casos cortos para que el estudiantado pueda entender con un enfoque de aplicación a situaciones reales las explicaciones teóricas previamente recibidas. Se solicitará al estudiantado la lectura previa de material y trabajo por anticipado con principios de aula invertida para enriquecer la clase con la participación, el debate y diferentes actividades. El estudiantado contará con material bibliográfico complementario a la teoría asignada en clase, de modo que puedan cumplimentar la documentación vista con el docente.

PRÁCTICA

Se realizarán en todas las unidades casos cortos prácticos individuales y en grupo durante la clase que ayudarán a comprender las lecciones teóricas. A su vez hay previstas varias dinámicas de grupo según diferentes técnicas para dinamizar y añadir mas carga práctica. El estudiantado seleccionará el primer día de clase un evento que genere interés general; durante cada una de las 7 unidades didácticas el estudiantado tendrá que trabajar los aspectos principales de la unidad en el evento que tengan asignado para comentarlo y

debatirlo durante la clase y se irán haciendo presentaciones a modo de colaboración, todo ello según el calendario acordado al inicio de la asignatura. Habrá una última sesión de repaso en la que se revisarán podcast y artículos.

5.2_DISTANCIA

TEORÍA

En la metodología a distancia, el estudiantado cuenta con toda la documentación (temario y documentación complementaria) colgada en el aula virtual. Se grabarán 14 píldoras con la información principal, dos por unidad, las cuales estarán disponibles en el aula virtual. Por otro lado, el estudiantado contará con una tutoría online de media hora en directo por semana que también quedará grabada (Blackboard), en la que el docente trabaja con el estudiantado la documentación subida en la plataforma, explica temario, resuelve dudas y expone casos prácticos que ayuden a comprender la teoría. Además, el docente pone a disposición del estudiantado un sistema de tutorías individuales y grupales, tanto por correo electrónico como por Blackboard (ver apartado 10).

PRÁCTICA

Durante las tutorías semanales online se plantearán casos prácticos y preguntas que dinamicen y ayuden a comprender mejor la asignatura. El estudiantado seleccionará el primer día de clase un evento que genere interés general; durante cada una de las 7 unidades didácticas el estudiantado tendrá que trabajar los aspectos principales de la unidad en el evento que tengan asignado para comentarlo y debatirlo durante la clase y se irán haciendo presentaciones, todo ello según el calendario acordado al inicio de la asignatura. Habrá una última sesión como repaso en la que se revisarán los podcast y artículos.

5.3_ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

En el caso de tener personas con alguna discapacidad, se adoptarán medidas específicas para la atención a la diversidad. Los principios en atención a la diversidad a tener en cuenta en el aula son, en líneas generales son:

- Favorecer la autonomía y el desarrollo personal dentro del marco de las propias posibilidades.
- Cooperación y ayuda entre el estudiantado y el profesor con la finalidad de estimular situaciones propicias para la puesta en común de dudas, soluciones

o resultados.

- Propiciar la puesta en común de experiencias y vivencias.
- Propiciar la interacción comunicativa entre el estudiantado a través del trabajo en parejas o grupos reducidos.

6_ RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Generales

G1. Conocer las principales áreas técnicas y organizativas para celebrar un evento.

G2. Ver la aplicación práctica con ejemplos y casos reales de diferentes eventos.

Específicos

E1. Conocer las fuentes de recursos y financiación para poder llevar a cabo el evento y las estrategias de comercialización para la búsqueda de dichos recursos.

E2. Comprender las áreas operacionales clave para la planificación y la celebración del evento, incluyendo planes de crisis.

E3. El capital humano en un evento. Liderazgo, modelos de organización y gestión de recursos humanos incluyendo voluntariado.

E4. Entender los aspectos legales, financieros y administrativos esenciales a tener en cuenta a la hora de organizar un evento.

E5. Tener la perspectiva protocolaria y experiencial para abordar con éxito el evento.

E6. Analizar los pilares del plan de marketing, tanto para la propia difusión del evento como desde el punto de vista comercial, y la gestión de los medios del evento.

E7. Conocer las estrategias que motivan la contratación de un evento y la medición de su impacto.

7_ SISTEMA DE EVALUACIÓN

7.1_PRESENCIAL

CONTINUA ORDINARIA

La evaluación será continua y consistirá, por un lado, en la valoración del estudiantado a lo largo del curso, tanto en lo referente a asistencia (10%), como a la actitud y participación en las clases (10%), por lo que en total esto supondrá un 20% de la evaluación final.

El resto de la evaluación para llegar al 5 mínimo del aprobado será:

- un examen final dividido en dos partes: una teórica (50%, con un 4 como nota mínima requerida en el examen para hacer media y computar con el resto de áreas evaluables, que constará de 14 preguntas tipo test cuyo fallo resta la mitad de un acierto que aportan 7 puntos de la nota del examen y 3 preguntas de tipo desarrollo que aportan 3 puntos de la nota del examen).
- y se examinará también la aplicación práctica de los conocimientos al evento seleccionado, con la presentación a modo de colaboración en clase (10%), el podcast (10%) y el artículo a escribir (10%).

NO CONTINUA ORDINARIA Y EXTRAORDINARIA (ENERO Y SEPTIEMBRE)

La evaluación será un 100% en base a un examen final del tipo mencionado en el apartado anterior, en el que el test tendrá un peso del 35% y la parte práctica del 65% (necesario un 5 mínimo global).

7.2_DISTANCIA

CONTINUA ORDINARIA

La evaluación será continua y consistirá, por un lado, en la valoración del estudiantado a lo largo del curso según su labor continuada de seguimiento de la asignatura y la actitud y participación en los foros y tutorías online (20%).

El resto de la evaluación para llegar al 5 mínimo del aprobado será:

- un examen final dividido en dos partes: una teórica (50%, con un 4 como nota mínima requerida en el examen para hacer media y computar con el resto de áreas evaluables, que constará de 14 preguntas tipo test cuyo fallo resta la mitad de un acierto que aportan 7 puntos de la nota del examen y 3 preguntas de tipo desarrollo que aportan 3 puntos de la nota del examen).
- y se examinará también la aplicación práctica de los conocimientos al evento seleccionado, con la presentación a

modo de colaboración en clase (10%), el podcast (10%) y el artículo a escribir (10%).

NO CONTINUA ORDINARIA Y EXTRAORDINARIA (ENERO Y SEPTIEMBRE)

La evaluación será un 100% en base a un examen final del tipo mencionado en el apartado anterior, en el que el test tendrá un peso del 35% y la parte práctica del 65% (necesario un 5 mínimo global).

POSIBLE ESCENARIO DE EXAMENES ONLINE

En caso de que los rebrotes por Covid-19 obliguen de nuevo al confinamiento y a la adaptación de la docencia universitaria durante el curso 2021/22 al formato no presencial, se realizarían por un lado exámenes a distancia para el grupo presencial y por otro lado exámenes a distancia para el grupo a distancia.

Características de la prueba de evaluación online: Se realizará un examen online con preguntas que aparecerán una por pantalla, de modo secuencial y con un plan de contingencia con examen individual si existieran problemas de conexión.

El Sistema y criterio de evaluación de la asignatura que se ha definido en la guía docente (apartado de Evaluación) será de aplicación durante todo el curso 2021/22 independientemente del formato de presencialidad.

8_ PLANIFICIACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

TIPOS DE ACTIVIDADES	HORAS
ASISTENCIA A CLASES TEÓRICAS	37.5
ASISTENCIA A CLASES PRÁCTICAS	37.5
ASISTENCIA A SEMINARIOS, CHARLAS O CONFERENCIAS RELACIONADAS CON LA ASIGNATURA	8
PREPARACIÓN CLASES TEÓRICAS	30
PREPARACIÓN TRABAJO PARA CLASES PRÁCTICAS	40
ASISTENCIA A TUTORIAS	2.5
ESTUDIO DE PREPARACIÓN EXÁMENES	20
VISITA A INSTALACIONES O EMPRESAS	8
REALIZACIÓN DE EXAMENES TEÓRICOS Y PRÁCTICOS	4
TOTAL VOLUMEN TRABAJO ESTUDIANTADO	187.5

8.1_PRESENCIAL

Unidad Didáctica 1			
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
G1. Conocer las principales áreas técnicas y organizativas para celebrar un evento. G2. Ver la aplicación práctica con ejemplos y casos reales de diferentes eventos.	Práctica 1. Clase Teórica / Trabajo de Casos / Tarea Final	Intervenciones y trabajos individuales y grupales, así como prueba de evaluación final	15 %
E1. Conocer las fuentes de recursos y financiación para poder llevar a cabo el evento y las estrategias de comercialización para la búsqueda de dichos recursos.			

Unidad Didáctica 2			
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
G1. Conocer las principales áreas técnicas y organizativas para celebrar un evento. G2. Ver la aplicación práctica con ejemplos y casos reales de diferentes eventos.	Práctica 2. Clase Teórica / Trabajo de Casos / Tarea Final	Intervenciones y trabajos individuales y grupales, así como prueba de evaluación final	15 %
E2. Comprender las áreas operacionales clave para la planificación y la celebración del evento, incluyendo planes de crisis.			

Unidad Didáctica 3			
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
G1. Conocer las principales áreas técnicas y organizativas para celebrar un evento.	Práctica 3. Clase Teórica / Trabajo de Casos / Tarea Final		

G2. Ver la aplicación práctica con ejemplos y casos reales de diferentes eventos.		Intervenciones y trabajos individuales y grupales, así como prueba de evaluación final	15 %
E3. El capital humano en un evento. Liderazgo, modelos de organización y gestión de recursos humanos incluyendo voluntariado.			

Unidad Didáctica 4			
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
G1. Conocer las principales áreas técnicas y organizativas para celebrar un evento. G2. Ver la aplicación práctica con ejemplos y casos reales de diferentes eventos.	Práctica 4. Clase Teórica / Trabajo de casos / Tarea Final	Intervenciones y trabajos individuales y grupales, así como prueba de evaluación final	15 %
E4. Entender los aspectos legales, financieros y administrativos esenciales a tener en cuenta a la hora de organizar un evento.			

Unidad Didáctica 5			
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
G1. Conocer las principales áreas técnicas y organizativas para celebrar un evento. G2. Ver la aplicación práctica con ejemplos y casos reales de diferentes eventos.	Práctica 5. Clase Teórica / Trabajo de casos / Tarea Final	Intervenciones y trabajos individuales y grupales, así como prueba de evaluación final	15 %
E5. Tener la perspectiva protocolaria y experiencial para abordar con éxito el evento.			

Unidad Didáctica 6			
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje

<p>G1. Conocer las principales áreas técnicas y organizativas para celebrar un evento. G2. Ver la aplicación práctica con ejemplos y casos reales de diferentes eventos.</p>	<p style="text-align: center;"><u>Práctica 6.</u> Clase Teórica / Trabajo de casos / Tarea Final</p>	<p style="text-align: center;">Intervenciones y trabajos individuales y grupales, así como prueba de evaluación final</p>	<p style="text-align: center;">15 %</p>
<p>E6. Analizar los pilares del plan de marketing, tanto para la propia difusión del evento como desde el punto de vista comercial, y la gestión de los medios del evento.</p>			

Unidad Didáctica 7			
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
<p>G1. Conocer las principales áreas técnicas y organizativas para celebrar un evento. G2. Ver la aplicación práctica con ejemplos y casos reales de diferentes eventos.</p>	<p style="text-align: center;"><u>Práctica 7.</u> Clase Teórica / Trabajo de casos / Tarea Final</p>	<p style="text-align: center;">Intervenciones y trabajos individuales y grupales, así como prueba de evaluación final</p>	<p style="text-align: center;">10 %</p>
<p>E7. Conocer las estrategias que motivan la contratación de un evento y la medición de su impacto.</p>			

Cronograma y planificación de las clases presenciales:

FECHA	UNIDAD
13.09	PLANNING Y 1.1
20.09	UNIDAD 1.2
27.09	UNIDAD 2
4.10	UNIDAD 3
11.10	UNIDAD 4
18.10	UNIDAD 5.1
25.10	UNIDAD 5.2
8.11	UNIDAD 6.1
15.11	UNIDAD 6.2
22.11	UNIDAD 7
29.11	TRABAJOS
13.12	TRABAJOS
10.01	REPASO

8.2_DISTANCIA

Misma distribución que la modalidad presencial con la excepción de la no existencia de intervenciones y trabajos grupales (solo individuales).

Ver también apartado de tutorías con las tutorías por tema y por semana que se planifican para el grupo a distancia.

9.-BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

9.1_GENERAL (LIBROS)

Ana Belén Arrogante Ramírez (2018). **Organización de eventos empresariales**. Editorial Paraninfo.

Marco Vázquez Esteban (2018). **Organización de eventos empresariales**. Editorial Síntesis.

Dolores del Mar Sánchez González (2016). **Técnicas de organización de eventos: 6 (Ceremonial y protocolo)**. Editorial Síntesis.

C. Cuadrado Esclapez y Rodriguez Cuadrado (2017). **El abc en La organizacion de eventos**. FC Editorial.

Ainara Rodriguez Zulaica (2018). **Relaciones públicas y organización de eventos de marketing: 48 (Ciclos Formativos)**. Editorial Síntesis.

Pascuala Moreno Buitrago y Esperanza Gloria López Ortuño (2017). **Relaciones públicas y organización de eventos de marketing**. Marcombo Formación.

María del Carmen Córdoba Jarillo (2021). **Relaciones públicas y organización de eventos de marketing**. Editorial Paraninfo.

David Pozas (2021). **Organización de Eventos Deportivos: Paso a paso desde "0"**. Pulsaciones.net.

Charles Bladen, James Kennell, Emma Abson and Nick Wilde (2017). **Events Management, an Introduction**. Editorial Routledge.

Philip Berners (2017). **The practical guide to organising events**. Editorial Routledge.

9.2_ESPECIFICA (LIBROS Y ARTICULOS)

Marta Pulido Polo (2016). **Manual de organización de actos oficiales y empresariales**. Editorial Síntesis.

Yunus D. Saleh (2016). **Crisis Management**. Mill City Press.

Kerry Smith & Dan Hanover (2016). **Experiential Marketing**. Wiley.

Ricardo Taffa - **Sports sponsorship activation** (2017) -
<https://rtrsports.co.uk/blog/what-is-sports-sponsorship-activation/>

Greg Hansen – **What is marketing 3.0** (2018) -
<https://www.startupgrind.com/blog/what-is-marketing-30/>

Laura Herrero and Concepción Campillo - **Experiencia de marca a través de los eventos para generar imagen y reputación corporativa** (2015) -
https://www.researchgate.net/publication/336589926_Experiencia_de_marca_a_traves_de_los_eventos_para_generar_imagen_y_reputacion_corporativa

Eventbrite – **Proving your value: measuring sponsorship return on investment** (2018)
- <https://www.eventbrite.com/blog/sponsorship-roi-ds00/>

Event impacts – **Economic toolkit** (2016) - <https://www.eventimpacts.com/impact-types/economic>

9.3_ACTIVIDADES FORMATIVAS

IMEP cuenta con un programa de actividades formativas extracurriculares a disposición del estudiantado. Toda la información se puede consultar tanto en el campus virtual, como en la página web del título.

10_TUTORIAS

Esta asignatura tiene un horario determinado de tutorías individuales para alumnado presencial y a distancia, con periodicidad semanal, que es los lunes de 14.30 a 15.45
IMEP – Instituto Mediterráneo de Estudios de Protocolo | C/ Arzobispo Loaces, 3 Alicante

del calendario académico en los que se imparte la asignatura. Si en ese horario no es posible se buscará otro alternativo de forma extraordinaria. El estudiantado que esté interesado solicitará al docente a través de correo electrónico, una tutoría personal con el docente ante cualquier duda o aclaración académica que sea necesaria. Tras la recepción del correo, el docente establecerá el horario, fechas y lugar idóneos para su realización o bien se llevará a cabo online.

Existen días prefijados para la realización de tutorías grupales para al alumnado a distancia sobre cada unidad, que quedarán grabadas (vía Blackboard), según el cronograma que se adjunta a continuación.

Cronograma y planificación de las tutorías grupales para alumnado a distancia, en horario de 14.00 a 14.30:

FECHA	TUTORIA
13.09	PRESENTACIÓN
20.09	UD. 1
27.09	UD. 2
4.10	UD. 3
11.10	UD. 4
25.10	UD. 5
8.11	UD. 6
22.11	UD. 7
29.11	TRABAJOS
10.01	REPASO