



Centro adscrito a



UNIVERSITAS
Miguel Hernández

Guía Docente 2023/2024

MARKETING PÚBLICO, COMUNICACIÓN POLÍTICA E INSTITUCIONAL

Modalidad: Presencial – A distancia

**Grado en Organización de Eventos,
Protocolo y Relaciones Institucionales**

Marketing Público, Comunicación Política e Institucional

CURSO	MÓDULO	MATERIA	CARÁCTER	SEMESTRE	CRÉDITOS
4º	Organización de Eventos	Actos Protocolarios	Obligatoria	1º	7.5 ECTS

Titulación: Grado Organización de Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales

Centro: IMEP en C/Arzobispo Loaces, 3 (Alicante)

Idioma: Castellano

Horario de atención a los alumnos: martes a las 15.00 horas (previa solicitud de cita vía email y fechas publicadas en el aula virtual de Blackboards con el alumnado).

1. Profesorado

María José Cerdá Bertomeu: mjcerda@protocoloimep.com

Horario	Salidas académicas/ Visitas al centro	Exámenes
Lunes 16.00 – 20.00 h.	Salida: Instituciones públicas Fecha: Por determinar	Ordinaria presencial 29 de enero 16.00 a 18. h.
	Salida: Espacio organización de eventos turísticos Fecha: Por determinar	Ordinaria a distancia 27 de enero 12 a 14.00 h.
		Extraordinaria a distancia 6 de septiembre 10 a 12 h.

Recomendaciones para la asignatura

- Leed la guía docente con detenimiento.
- Resolved cualquier cuestión relacionada con la materia con la mayor antelación posible para que podáis planificar vuestro trabajo de la manera más adecuada.
- Prestad atención a las recomendaciones del profesorado sobre los materiales complementarios.
- Se recomienda leer previamente el contenido teórico y práctico publicado en la plataforma virtual al inicio de curso para una mejor asimilación del contenido.
- Revisad la bibliografía recomendada.
- Cumplid escrupulosamente los plazos de entrega tanto de tareas como de las prácticas.

En la Modalidad a Distancia, además:

- Leed previamente el contenido teórico y práctico publicado en la plataforma virtual antes de la visualización de las diferentes píldoras formativas y blackboards.
- Remitid vía e-mail las posibles dudas que puedan surgir tras la lectura del temario o prácticas, para que puedan ser resueltas a través del correo electrónico o vía blackboards.
- Visualizad las píldoras formativas del campus virtual para una mejor comprensión y asimilación del contenido.

Mecanismos de coordinación docente

En la actualidad dentro de IMEP, se ha creado la figura del Coordinador del Grado, que recae en la figura del Director de Grado.

Será él quien se encargue 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.

2. Descripción de la asignatura

En los últimos años se ha puesto de relieve la necesidad de enfocar el servicio público de las administraciones públicas hacia el ciudadano. Esto conlleva implícito un enfoque en el que el marketing y la comunicación, ambos de carácter público, juegan un papel fundamental. Y sin embargo, todavía existe gran desconocimiento entre la clase política y los gestores públicos al respecto de cuál es el papel que el marketing y la comunicación pueden tener en la administración. En muchas ocasiones la perspectiva práctica es limitada, o se encuentra con resistencias, y se enfoca hacia aspectos concretos del objeto de estudio, con la consiguiente pérdida de una visión y una praxis de conjunto sobre los beneficios que el marketing y la comunicación pueden generar en la creación, la gestión y la comunicación de marcas públicas poderosas, y por tanto, en el comportamiento y en la imagen de la institución pública, de sus servicios y del municipio territorio o destino. Todas estas cuestiones se abordan en esta asignatura.

3. Competencias básicas, generales y específicas

a. Competencias básicas y generales

CG11 - Capacidad de trabajo en equipo - Exclusivamente grupo presencial

CG3 - 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.

CG5 - Capacidad de análisis de la dimensión social de la actividad y la responsabilidad social y corporativa. Sensibilidad para afrontar temas sociales.

CG6 - Capacidad para el desarrollo de nuevas líneas, procesos, proyectos y productos.

b. Competencias específicas

CE7 - Capacidad para desarrollar proyectos organizativos de eventos mediante la planificación de recursos, herramientas tecnológicas y ajustándose a un presupuesto previo.

CE8 - Capacidad para desarrollar proyectos organizativos sectoriales.

4. Contenidos

Clases teóricas

TEORÍA

Tema 1. Contexto Sociopolítico.

- 1.1. Actores públicos del contexto.
- 1.2. Actores privados del contexto.
- 1.3. Contexto sociopolítico en de la gestión y de la comunicación pública.
- 1.4. El lobby en España.
- 1.5. Los Think Tanks.

Tema 2. Marketing Público. Qué es el marketing público. Características de la Administración Pública.

- 2.1. Marketing de servicios.
- 2.2. Marketing Territorial. El papel del sector público en la construcción de Marcas Territorio. Estrategias relacionales de creación y gestión de Marcas Territorio.
- 2.3. Marketing de Destinos turísticos. Arquitectura de Marcas Destino.
- 2.4. Eventos y Destinos Turísticos. Marketing de eventos.

Tema 3. Comunicación Institucional.

- 3.1. La gestión de los intangibles en el sector público.
- 3.2. Los retos de la comunicación pública.
- 3.3. La comunicación como elemento clave en la administración pública.
- 3.4. Tipos de marketing y comunicación pública.
- 3.5. Una propuesta de organigrama funcional de las funciones de marketing y comunicación en la administración.
- 3.6. El papel del marketing y la comunicación en la administración pública.

Tema 4. Comunicación Política.

- 4.1. Conceptuación.
- 4.2. Marcos Ideológicos.
- 4.3. Qué es y cómo se construye una campaña electoral.

Clases prácticas

Durante todas las sesiones se realizará una parte práctica, a través de la presentación de casos reales, para asentar conceptos y avanzar en los propósitos de la asignatura. Para ello, en cada clase semanal, se podrán iniciar en clase los diferentes talleres y/o prácticas relacionadas con la materia impartida por el docente o bien por la participación de algún invitado presencial, por videoconferencia o visita a una entidad.

PRÁCTICA

Tema 1. Análisis de textos y de diversas investigaciones sociológicas.

- Realizad a partir de las visualizaciones propuestas un ensayo de máximo 3000 palabras sobre el contexto sociopolítico en el que se encuentra el sector público y su futuro.
- Investiga sobre uno de los Think Tanks propuestos en el listado que sea relevante en el contexto español y explica cuál ha sido su papel de influencia clave en España. Describe su naturaleza, sus órganos o estructura interna, fines, roles, aspectos más destacables, logros conseguidos, relaciones con otras entidades, colectivos, partidos políticos.

Tema 2. Estudio de caso de marcas territorio.

- Realizad un ensayo de máximo 3000 palabras sobre los principales retos del Marketing Territorial y la Diplomacia Pública.

Tema 3. Diversas prácticas sobre estrategias de comunicación pública de instituciones.

- A partir de los casos prácticos propuestos realizad un ensayo y análisis sobre los principales retos de la comunicación en el sector público.

Tema 4. Diversas prácticas sobre estrategias de análisis de marcos conceptuales y estrategias de campaña.

- Realizad el análisis del significado de estos conceptos desde el marco conservador y desde el marco progresista

1. LIBERTAD/SEGURIDAD

2. MODERNIDAD/ PROGRESO

3. COOPERACIÓN/AYUDA

4. REALIDAD/ IRREALIDAD-UTOPIA

5. NACIÓN/PATRIA

6. ESPAÑOLES DE BIEN/ESPAÑOLES BUENISTAS

7. FEMENINO/FEMINISTA

8. NACIÓN /PATRIA

5. Metodología

Presencial

Clases Teóricas

Continua, participativa, experiencial. La docencia se imparte en directo en las franjas establecidas para la asignatura en los horarios oficiales de la titulación, con la participación del estudiantado. Las prácticas se realizarán de un modo grupal con el apoyo de textos y material audiovisual.

Clases Prácticas

Los alumnos aplicarán, a través de casos reales o simulados, los conocimientos conceptuales y procedimentales explicados y analizados por el docente en el aula, mediante la puesta en común y la discusión a partir de las actividades de trabajo en grupo y de trabajo autónomo.

A distancia

Clases Teóricas

En la modalidad a distancia, la única variación metodológica será que las sesiones presenciales se sustituyen por videos resumen de los temas y sesiones virtuales donde se explicarán los conceptos fundamentales, así como las dudas del alumnado; además se podrán desarrollar talleres, debates, etc. El resto de los aspectos metodológicos es idéntico al planteado en las sesiones presenciales y los alumnos accederán a la grabación de las sesiones teóricas íntegras realizadas en el aula presencial.

- **Lección 0:** Presentación de la asignatura.
- **Lección 1:** Contexto Sociopolítico.
- **Lección 2:** ¿Qué es el marketing público?
- **Lección 3:** Características específicas del marketing público.
- **Lección 4:** Marketing Territorial.
- **Lección 5:** Eventos y Marca Territorio.
- **Lección 6:** ¿Qué es la comunicación política?

- **Lección 7:** Comunicación de la institución.
- **Lección 8:** Características y problemáticas específicas de la comunicación institucional.
- **Lección 9:** Marcos ideológicos.
- **Lección 10:** Estrategia y comunicación electoral.

Además, se realizarán 8 Blackboard para la resolución de dudas o atención tutorial cuyas fechas estarán publicadas en el Foro Virtual común al comienzo de la asignatura.

Clases prácticas

Clases prácticas: Las prácticas han sido sustituidas por prácticas equivalentes de resolución grupal preferentemente mediante la herramienta Blackboard Colaborative desde el campus virtual. Los alumnos aplicarán, a través de casos reales o simulados, los conocimientos conceptuales y procedimentales explicados y analizados por el docente a lo largo del temario, de las píldoras formativas y de las blackboards realizadas, mediante la puesta en común y la discusión a partir de las actividades de trabajo en grupo y de trabajo autónomo.

Tutorías: Se realizan en las fechas previstas y publicadas en el Foro de la Asignatura a través de la herramienta Blackboard Colaborative, en horario acordado por profesor-estudiante. Otras se realizan a través del correo electrónico y los foros del Aula Virtual, respondiendo las dudas planteadas.

6. Atención a la diversidad

Los principios en atención a la diversidad a tener en cuenta en el aula son, en líneas generales:

- Favorecer la autonomía y el desarrollo personal dentro del marco de las propias posibilidades.
- Cooperación y ayuda entre el alumnado y el docente con la finalidad de estimular situaciones propicias para la puesta en común de dudas, soluciones o resultados.
- Promover la puesta en común de experiencias y vivencias.
- Facilitar la interacción comunicativa entre el alumnado a través del trabajo en parejas o grupos reducidos.

7. Resultados de aprendizaje

Los alumnos de la asignatura “Marketing Público, Comunicación Política e Institucional” obtendrán los siguientes resultados de aprendizaje:

1. Desarrollar nuevas marcas, procesos, proyectos y productos.
2. Fomentar el trabajo en equipo.
3. Expresarse con fluidez y eficacia comunicativa, mediante lenguajes gráficos y simbólicos, y mediante la expresión oral y escrita.
4. Desarrollar estrategias competitivas.

8. Sistema de evaluación

Presencial

Convocatoria Ordinaria – Evaluación Continua

La evaluación será continuada. El alumno deberá realizar una serie de trabajos que consistirán en la resolución y discusión de artículos y casos prácticos en clase, estudio individual por parte del alumno. También se podrá establecer trabajos en grupo. Estos trabajos se entregarán antes del último día lectivo del curso y su presentación es obligatoria para asistir al examen final. El examen constará de dos partes, una teórica (2/3 de puntuación), y una práctica (1/3 de puntuación).

SISTEMA DE EVALUACIÓN	
Trabajos obligatorios	30%
Participación activa	10%
Pruebas escritas individuales	60%

Convocatoria Ordinaria – Evaluación No Continua

Además de la evaluación continua existe la posibilidad de realizar la asignatura mediante evaluación no continua. Para ello los alumnos realizarán un examen único de toda la materia por los canales establecidos para los alumnos presenciales y los alumnos a distancia. En la convocatoria de septiembre los alumnos realizarán un único examen de toda la materia por los canales establecidos para los alumnos presenciales y los alumnos a distancia. El examen constará de dos partes, una teórica (2/3 de puntuación), y una práctica (1/3 de puntuación).

Convocatoria Extraordinaria – Evaluación Continua

La evaluación será continuada. El alumno deberá realizar una serie de trabajos que consistirán en la resolución y discusión de artículos y casos prácticos en clase, estudio individual por parte del alumno. También se podrá establecer trabajos en grupo. Estos trabajos se entregarán antes del último día lectivo del curso y su presentación es obligatoria para asistir al examen final. El examen constará de dos partes, una teórica (2/3 de puntuación), y una práctica (1/3 de puntuación).

SISTEMA DE EVALUACIÓN	
Trabajos obligatorios	30%
Participación activa	10%
Pruebas escritas individuales	60%

Convocatoria Extraordinaria – Evaluación No Continua

Además de la evaluación continua existe la posibilidad de realizar la asignatura mediante evaluación no continua. Para ello los alumnos realizarán un examen único de toda la materia por los canales establecidos para los alumnos presenciales y los alumnos a distancia. En la convocatoria de septiembre los alumnos realizarán un único examen de toda la materia por los canales establecidos para los alumnos presenciales y los alumnos a distancia. El examen constará de dos partes, una teórica (2/3 de puntuación), y una práctica (1/3 de puntuación).

Común para todos los tipos de evaluaciones

PÉRDIDA DEL DERECHO DE EVALUACIÓN CONTINUA:

Perderá el derecho a la evaluación continua, todo aquel alumno/a que tenga 4 faltas (no justificadas).

El alumno/a superará la asignatura cuando la media ponderada sea igual o superior a 5 puntos y se hayan superado todas las partes que componen el sistema de evaluación cuya ponderación global sea igual o superior al 20%.

En caso de que no se supere la asignatura en la Convocatoria Extraordinaria, no contarán las partes aprobadas para sucesivos cursos académicos.

Talleres, seminarios y prácticas:

- Al inicio del curso, se publicará en la plataforma virtual, todas las tareas a desarrollar, así como las fechas máximas de entrega. Las entregas se realizarán

a través de la misma plataforma. En caso de que alguna tarea no se entregue en tiempo y forma, o se entregue fuera de plazo, no será evaluada y se obtendrá la calificación de 0 en esa tarea específica.

- Las faltas de ortografía en los trabajos y el no cumplimiento con las normas de estilo propuestas, serán aspectos penalizados en las calificaciones (entre un 5% y un 15% menos). Además, el plagio total o parcial, así como el uso de la inteligencia artificial, conllevará la sanción correspondiente por parte del centro educativo y la pérdida de la convocatoria correspondiente.

A distancia

Convocatoria Ordinaria- Evaluación Continua

La evaluación será continuada. El alumno deberá realizar una serie de trabajos que consistirán en la resolución y discusión de artículos y casos prácticos en clase, estudio individual por parte del alumno. También se podrá establecer trabajos en grupo. Estos trabajos se entregarán antes del último día lectivo del curso y su presentación es obligatoria para asistir al examen final. El examen constará de dos partes, una teórica (2/3 de puntuación), y una práctica (1/3 de puntuación).

La nota final será el resultado de una media ponderada que tenga en cuenta:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	
Trabajos obligatorios	30%
Participación activa	10%
Pruebas escritas individuales	60%

Convocatoria Ordinaria – Evaluación No Continua

Además de la evaluación continua existe la posibilidad de realizar la asignatura mediante evaluación no continua. Para ello los alumnos realizarán un examen único de toda la materia por los canales establecidos para los alumnos presenciales y los alumnos a distancia. En la convocatoria de septiembre los alumnos realizarán un único examen de toda la materia por los canales establecidos para los alumnos presenciales y los alumnos a distancia. El examen constará de dos partes, una teórica (2/3 de puntuación), y una práctica (1/3 de puntuación).

Convocatoria Extraordinaria – Evaluación Continua

La evaluación será continuada. El alumno deberá realizar una serie de trabajos que consistirán en la resolución y discusión de artículos y casos prácticos en clase, estudio individual por parte del alumno. También se podrá establecer trabajos en grupo. Estos trabajos se entregarán antes del último día lectivo del curso y su presentación es obligatoria para asistir al examen final. El examen constará de dos partes, una teórica (2/3 de puntuación), y una práctica (1/3 de puntuación).

SISTEMA DE EVALUACIÓN	
Trabajos obligatorios	30%
Participación activa	10%
Pruebas escritas individuales	60%

Convocatoria Extraordinaria – Evaluación No Continua

Además de la evaluación continua existe la posibilidad de realizar la asignatura mediante evaluación no continua. Para ello los alumnos realizarán un examen único de toda la materia por los canales establecidos para los alumnos presenciales y los alumnos a distancia. En la convocatoria de septiembre los alumnos realizarán un único examen de toda la materia por los canales establecidos para los alumnos presenciales y los alumnos a distancia.

Común para todos los tipos de evaluaciones

PÉRDIDA DEL DERECHO DE EVALUACIÓN CONTINUA:

Perderá el derecho a la evaluación continua, todo aquel alumno/a que tenga 4 faltas (no justificadas).

El alumno/a superará la asignatura cuando la media ponderada sea igual o superior a 5 puntos y se hayan superado todas las partes que componen el sistema de evaluación cuya ponderación global sea igual o superior al 20%.

En caso de que no se supere la asignatura en la Convocatoria Extraordinaria, no contarán las partes aprobadas para sucesivos cursos académicos.

Talleres, seminarios y prácticas:

- Al inicio del curso, se publicará en la plataforma virtual, todas las tareas a desarrollar, así como las fechas máximas de entrega. Las entregas se realizarán

a través de la misma plataforma. En caso de que alguna tarea no se entregue en tiempo y forma, o se entregue fuera de plazo, no será evaluada y se obtendrá la calificación de 0 en esa tarea específica.

- Las faltas de ortografía en los trabajos y el no cumplimiento con las normas de estilo propuestas, serán aspectos penalizados en las calificaciones (entre un 5% y un 15% menos). Además, el plagio total o parcial, así como el uso de la inteligencia artificial, conllevará la sanción correspondiente por parte del centro educativo y la pérdida de la convocatoria correspondiente.

9. Planificación de actividades de aprendizaje

Modalidad presencial

Clases teóricas	30
Clases prácticas	30
Seminarios	10
Trabajos en grupo	15
Tutorías	3,33
Otras actividades: tareas compartidas	15
Preparación clases teoría	13,3
Preparación trabajos clases prácticas	10
Estudio de exámenes	10
Otras actividades	13,3
Total volumen trabajo del alumno	150

Modalidad a distancia

Clases teóricas	30
Clases prácticas	30
Seminarios	15
Trabajos en grupo	8,33
Tutorías	18,33
Otras actividades: tareas compartidas	6,66
Preparación clases teoría	13,3
Preparación trabajos clases prácticas	13,33
Estudio de exámenes	10
Otras actividades	11,66
Total volumen trabajo del alumno	150

Cronograma

Semanas	Tema	Resultado del aprendizaje	Actividad práctica/metodología	Sistema de evaluación	Porcentaje
1	1	1,2,3,4,5,6,7	Presentación asignatura Clase teórico-práctica	Evaluación continua	2,66%
2	1	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	2,66%
3	2	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	2,66%
4	2	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	2,66%
5	3	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	2,66%
6	3	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	2,66%
7	4	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	2,66%

8	4	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	2,66%
9	5	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	2,66%
10	5	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	2,66%
11	6	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	2,66%
12	6	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	2,66%
13	7	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	2,66%
14	7	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	2,66%
15	8	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	2,66%

Actividad extraordinaria

Semanas	Tema	Resultado del aprendizaje	Actividad práctica/metodología	Sistema de evaluación	Porcentaje
16	Examen final	1,2,3,4,5,6,7	Examen Final	Evaluación continua	60%

10. Bibliografía recomendada

Cerdá Bertomeu, M.J. y Sarabia Sánchez, F.J. (2016). Stakeholders' perceptions of place branding and the role of the public sector: An exploratory analysis. *Place Branding and Public Diplomacy*, Vol. 12 (4), 299-313.

Zeraoui, Z. y Castillo Villar, F.R. (2016). La paradiplomacia de la ciudad. Una estrategia de desarrollo urbano. *Revista del CLAD Reforma y Democracia*, No. 65, 225-242.

Sarabia Sánchez, F.J y Cerdá Bertomeu, M.J. (2018). Expert stakeholders' expectations of how the public sector should act in place branding projects. *Journal of Place Management Development*, Vol. 11 Nº 1, 78-96.

Richards, G. (2017). From place branding to placemaking: The role of events. *International Journal of Event and Festival Management*, 8(1), 1-20.

Morillo. Ch. (2018). *Marca Barcelona. Creación de una identidad*. Profit Editorial.

Mazzoleni, G. (2018). *La comunicación política*. Alianza Editorial.

De Miguel Molina, M. Bañón Gomis, A. y Catalá Pérez, D. (2017). *Management para las administraciones públicas*. Universitat Politècnica de Valencia.

Olalla, P. (2016). Grecia em el aire. Herencias y desafíos de la antigua democracia ateniense vistos desde la Atenas actual. Acantilado.

Campos-Domínguez, E. (2017). Twitter y la comunicación política. Profesional De La Información, 26 (5), 785–794. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.sep.01>

Selva-Ruiz, D., y Caro-Castaño, L. (2017). Uso de Instagram como medio de comunicación política por parte de los diputados españoles: la estrategia de humanización en la “vieja” y la “nueva” política. Profesional De La Información, 26(5), 903–915. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.sep.12>

Ballester Espinosa, A. (2019). La Comunicación de las Administraciones Públicas españolas en el S. XXI (tesis doctoral). Universidad de Navarra.

Canel Crespo, M.J. (2018). *La comunicación de la administración pública española. Para gobernar con la sociedad*. Fondo de Cultura Económica.

Canel, M.J., Piqueiras, P. y Ortega, G. (eds.). (2017). *La comunicación de la Administración Pública: conceptos y casos prácticos de bienes intangibles*. INNAP Investiga.

Ladrón de Guevara Muñoz, L. (2019) *¿Qué es la comunicación pública?: cocreando democráticamente desde la administración y con la ciudadanía*. Serie Síntesis. Unión Iberoamericana de Municipalistas.

Monge, C. y Oliván, R. (2019). *Hackear la política*. Gedisa editorial.

11. Actividades formativas

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

12. Tutorías

Modalidad presencial

El alumnado que esté interesado deberá solicitar a través de correo electrónico, una tutoría personal con el docente para resolver cualquier duda o aclaración académica que sea necesaria. Tras la recepción del correo, el docente establecerá el horario y fecha idónea para la realización. La tutoría tendrá lugar en la sede de IMEP en Alicante o por videoconferencia.

Modalidad distancia

En el caso de la modalidad a distancia, se seguirá el mismo procedimiento que en el caso anterior, salvo en lo referente al lugar de realización de la tutoría, ya que, en esta modalidad, la tutoría se realizará mediante el uso de la herramienta Blackboard

