

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Teoría de la Comunicación y de la Información

PLAN DE ESTUDIOS: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (PGR-PUBLI)

GRUPO: 2425-S1

CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales

CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Básico

ECTS: 6,0

CURSO: 1º

SEMESTRE: 1º 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: ÓSCAR DÍAZ CHICA

EMAIL: odiaz@uemc.es

TELÉFONO: 983 00 10 00

HORARIO DE TUTORÍAS: Miércoles a las 17:00 horas

CV DOCENTE:

Es doctor por la Universidad de Valladolid, Máster en Educación Socioemocional para el desarrollo personal y profesional en la Universidad de Zaragoza, licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, y licenciado en Humanidades. Además ha realizado un Máster en Educación Socioemocional para el desarrollo personal y profesional en la Universidad de Zaragoza. Tiene cerca de 15 años de experiencia como docente en el área de comunicación de diversas universidades españolas, periodo en el que ha impartido variedad de materias encuadradas en el ámbito de la publicidad y las relaciones públicas. Actualmente es profesor en los Grados de Publicidad y Relaciones Públicas, Periodismo y Comunicación Audiovisual en la UEMC.

CV PROFESIONAL:

Algunos de los roles profesionales desempeñados por el docente han sido director de comunicación en una cadena de centros de bienestar, jefe de producto en una empresa tecnológica centrada en el ocio así como impulsor de un proyecto de armonización empresarial a través de la intervención en la cultura de las organizaciones.

CV INVESTIGACIÓN:

Ha participado con aportaciones en congresos científicos sobre comunicación, inteligencia emocional, ética informativa y pedagogía. También ha colaborado en proyectos de investigación que vinculan la comunicación y el bienestar personal. En relación con las contribuciones, ha publicado trabajos (artículos, libros y capítulos de libros) sobre publicidad, relaciones públicas, responsabilidad social y formación mediática de actitudes, entre otras materias.

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA:

Teoría de la Comunicación y de la Información es una asignatura de carácter fundamentalmente teórico que pretende ayudar al alumno a reflexionar, a asociar ideas y conceptos y a desarrollar un pensamiento crítico sobre la denominada sociedad de la información y del conocimiento. En síntesis, proporciona instrumentos para tratar de entender el complejo mundo actual que, hasta cierto punto, vive marcado por la construcción social de la realidad y el ritmo que imponen los medios.

Se trata de una asignatura obligatoria y básica, integrada en el primer curso de los planes de estudio de los grados de Comunicación Audiovisual, Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas. Pertenece a la materia 3, denominada “Fundamentos y análisis de la información y la comunicación”. Integra conocimientos procedentes de otras disciplinas y su enfoque pretende que el alumno participe de forma activa en su proceso de aprendizaje, a fin de desarrollar una actitud crítica como usuario de los medios de comunicación y como futuro profesional en este campo. Por ello se persigue que el estudiante descubra las relaciones existentes entre los distintos planteamientos que se presentan y que sintetizan las principales perspectivas de las teorías de la comunicación. También supone una introducción a la metodología de investigación en el área de la comunicación.

Desde que en la década de los años 70 comenzaron su andadura las primeras facultades de Ciencias de la Información en España, la Teoría de la Comunicación y de la Información ha sido una asignatura troncal, encargada de ayudar al alumno a entender la comunicación como un saber instrumental que le resultará útil tanto en su dimensión profesional, como en la vida cotidiana. En concreto Teoría de la Comunicación y de la Información ayuda a comprender los procesos comunicativos y a reflexionar sobre la selección, interpretación y construcción de la realidad que llevan a cabo los medios de comunicación, así como sobre su influencia en la sociedad.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:

1. **BLOQUE I: INVESTIGACIÓN EMPÍRICA DE LA COMUNICACIÓN**
 1. Tema 1. Introducción a la comunicación como ciencia
 2. Tema 2. Aspectos relevantes en el estudio de la comunicación
 3. Tema 3. Orígenes y bases contemporáneas en el estudio de la comunicación
2. **BLOQUE II: MODELOS BÁSICOS PARA EL ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN COLECTIVA**
 1. Tema 4. Modelos teóricos en el estudio de la comunicación
3. **BLOQUE III: ENFOQUES TEÓRICOS SOBRE LOS EFECTOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**
 1. Tema 5. Teorías sobre los medios de comunicación de masas I
 2. Tema 6. Teorías sobre los medios de comunicación de masas II
 3. Tema 7. Estudio de los efectos mediáticos en la actualidad

RECURSOS DE APRENDIZAJE:

Las sesiones de la asignatura se desarrollarán de modo habitual en el aula, donde se contará con el ordenador y el cañón disponibles. De forma ocasional se podrán utilizar laboratorios de informática.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

COMPETENCIAS GENERALES:

- CG01. Capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico
- CG02. Capacidad para trabajar en equipo
- CG09. Capacidad para comunicar imágenes, ideas o símbolos
- CG10. Capacidad para aplicar los conocimientos a la práctica
- CG11. Capacidad para desarrollar un perfil investigador

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- CE16. Capacidad para el análisis crítico de la influencia de los medios de comunicación en la sociedad
- CE17. Capacidad para conocer los fundamentos psicosociales que integran el ámbito de la comunicación
- CE25. Capacidad de conocer los procesos informativos y comunicativos, así como las principales corrientes y teorías que los formalizan y critican desde un punto de vista conceptual, metodológico e investigativo
- CE26. Capacidad para analizar los distintos sistemas mediáticos impresos y audiovisuales y aplicar su conocimiento a la práctica profesional
- CE66. Capacidad para establecer el impacto social y los efectos de la actividad periodística sobre los ciudadanos

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- Conocer y analizar los elementos, formas y modelos de la comunicación.
- Reflexionar sobre las funciones, usos y efectos de la comunicación de masas.
- Conocer la estructura de la comunicación.
- Ejercitar el juicio crítico sobre la influencia de los medios y de las industrias culturales en la sociedad.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- Abril, G. (1997): Teoría General de la Información. Cátedra. ISBN: 8487462413
- Aparici, R. (coord.) (2010): La construcción de la realidad en los medios de comunicación. UNED. ISBN: 9788436261424
- Aparici, R., Díez, Á. y Tucho, F. (coords.) (2007): Manipulación y medios en la sociedad de la información. Ediciones de la Torre. ISBN: 9788479603670
- Berganza, C. y Ruiz, J. A. (coords.) (2005): Investigar en comunicación. McGraw-Hill. ISBN: 8448198255
- Bernal, A. I. (2009): Los nuevos medios de comunicación y los jóvenes: aproximación a un modelo ideal de medio. Plaza Edición. ISBN: 9788493691530
- Carrera, P. (2016): Nosotros y los medios: prolegómenos para una teoría de la comunicación. Biblioteca Nueva. ISBN: 9788416938087
- Castells, M. (2008): La era de la información (vol. I). Alianza. ISBN: 9788420677002
- De Fleur, M. L. y Ball-Rokeach, S. J. (1993): Teorías de la comunicación de masas. Paidós. ISBN: 8475092020
- De Miguel, R. (2013): Teoría de la comunicación social. CEF, Centro de Estudios Financieros. ISBN: 788445425107
- Hallin, D. C. y Mancini, P. (2008): Sistemas mediáticos comparados: tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política. Hacer. ISBN: 9788496913127
- Igartua, J. J. y Humanes, M. L. (2004): Teoría e investigación en comunicación social. Comunicarte. ISBN: 9789876020886
- Mattelart, A. y Mattelart, M. (1998): Pensar los medios: comunicación y crítica social. DEI. ISBN: 9977904804
- Mattelart, A. y Mattelart, M. (2001): Historia de las teorías de la comunicación. Paidós. ISBN: 8449303443
- McQuail, D. y Windahl, S. (1989): Modelos para el estudio de la comunicación colectiva. Ediciones de Universidad de Navarra. ISBN: 8431308397
- Moragas, M. (ed.) (1986): Sociología de la comunicación de masas I. Escuelas y autores. Gustavo Gili. ISBN: 8425212308
- Moragas, M. (ed.) (1994): Sociología de la comunicación de masas II. Estructura, funciones y efectos. Gustavo Gili. ISBN: 9688872415
- Stavrakí, M. (2017): Teoría de la comunicación interpersonal. CEF, Centro de Estudios Financieros. ISBN: 9788445433904
- Tubella, I. y Alberich, J. (2012): Comprender los media en la sociedad de la información. UOC. ISBN: 9788497885584
- Valbuena, F. (1997): Teoría General de la Información. Noesis. ISBN: 8487462413
- Vilches, L. (2011): La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital. Gedisa. ISBN: 9788497846691
- Wolf, M. (2000): La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas. Paidós. ISBN: 8475094376
- Wolf, M. (2001): Los efectos sociales de los media. Paidós. ISBN: 844930041X
- Hernández-Santaolalla, V. (2018): Los efectos de los medios de comunicación de masas. . ISBN: 978-84-9180-075-0

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- Aguado, J. M. (coord.) (2013): La comunicación móvil. Hacia un nuevo ecosistema digital. Gedisa. ISBN: 9788497847827

- Aladro, E. (1999): Teoría de la información y de la comunicación efectiva. Fragua. ISBN: 8470741071
- Aladro E. (2015): Las diez leyes de la teoría de la información. Síntesis. ISBN: 9788490771532
- Barthes, R. (1980): Mitologías. Siglo XXI. ISBN: 843230381X
- Branston, G. y Stafford, R. (2006): The Media Student's Book. Routledge. ISBN: 9780371430
- Briggs, A. y Burke, P. (2002): De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación. Taurus. ISBN: 8470741632
- Bourdieu, P. (2001): Sobre la televisión. Anagrama. ISBN: 9788433968036
- Borreguero, R. (2007): Comunicación y poder. Relaciones en un mundo. Universitas. ISBN: 9788479912048
- Bustamante, E. (coord.) (2002): Comunicación y cultura en la era digital: industrias, mercados y diversidad en España. Gedisa. ISBN: 847432985X
- Castells, M. (2009): Communication Power. Oxford University Press. ISBN: 9780199567041
- Chomsky, N. y Ramonet, I. (1997): Cómo nos venden la moto: información, poder y concentración. Icaria. ISBN: 9788474262452
- Eco, U. (1999): Apocalípticos e integrados. Lumen. ISBN: 8426410391
- Fernández, C. y Calguera, L. (2008): La comunicación humana en el mundo contemporáneo. McGraw-Hill. ISBN: 9789701066423
- Jensen, K. B. (1993): Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas. Bosh. ISBN: 8476762410
- Martín, M. (2004): Teoría de la Comunicación. Una propuesta. Tecnos. ISBN: 9788430939459
- Martín, M. (2007): Teoría de la comunicación: la comunicación, la vida y la sociedad. McGraw-Hill. ISBN: 9788448156091
- Martínez-Gómez, R. y Lubetkin, M. (2010): Comunicación y desarrollo, pasos hacia la coherencia. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. ISBN: 9788492860296
- McLuhan, M. (1996): Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano. Paidós. ISBN: 8449302404
- McQuail, D. (1997): La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público. Amorrortu. ISBN: 9505186509
- Moragas, M. (1991): Teorías de la comunicación. Investigaciones sobre medios en América y Europa. Gustavo Gili. ISBN: 9688871753
- Morduchowicz, R. (coord.) (2003): Comunicación, medios y educación: un debate para la educación en democracia. Octaedro. ISBN: 8480635681
- Oliva, M. (2013): Telerrealidad, disciplina e identidad. UOC. ISBN: 9788490299586
- Otte, M. (2010): El crash de la información. Los mecanismos ocultos de la desinformación cotidiana. Planeta. ISBN: 9788434469235
- Ramonet, I. (1998): La tiranía de la comunicación. Alianza. ISBN: 8483061066
- Reig, R. (2011): Los dueños del periodismo. Claves de la estructura mediática mundial. Gedisa. ISBN: 9788497846189
- Rivière, M. (2003): El malentendido. Cómo nos educan los medios de comunicación. Icaria. ISBN: 8474266203
- Serrano, P. (2010): Traficantes de información. La historia oculta de los grupos de comunicación españoles. Akal. ISBN: 9788496797505
- Thompson, J. B. (2003): Los media y la modernidad. Paidós. ISBN: 8449305780
- Vaca, R. (2010): El perfil de la audiencia. Cuatro y La Sexta 2005-2008. Fundación Ex Libris. ISBN: 9788461380121
- Vázquez, M. (2000): Historia y comunicación social. Alianza. ISBN: 8439705514
- Watzlawick, P., Beavin J. y Jackson, D. (1997): Teoría de la comunicación humana. Biblioteca de Psicología. ISBN: 8425412056
- Saperas, E. (2018): Manual de teorías de la comunicación: una introducción a las teorías clásicas. . ISBN: 9788417387181

WEBS DE REFERENCIA:

Web / Descripción

[Agencia EFE\(https://www.efe.com/efe/espana/1\)](https://www.efe.com/efe/espana/1)

Una empresa informativa multimedia con una red de periodistas mundial, donde más de tres mil

profesionales de 60 nacionalidades trabajan 24 horas al día desde más de 180 ciudades de 120 países y con cuatro mesas de edición en Madrid, Bogotá, El Cairo (árabe) y Río de Janeiro (portugués), para ofrecer sus productos a clientes en los cinco continentes.

Área Abierta(<https://revistas.ucm.es/index.php/arab>)

Área Abierta es una revista de comunicación audiovisual y publicitaria de la Universidad Complutense, dedicada a la comunicación audiovisual y la publicidad. Acoge artículos académicos en el ámbito de los estudios sobre medios, comunicación publicitaria, cine, periodismo audiovisual y nuevos medios. Con una vocación interdisciplinar, contempla enfoques tecnológicos, industriales, históricos, sociales, estéticos y culturales. Está dirigida a investigadores, docentes y estudiantes de comunicación. Área Abierta publica artículos originales e inéditos a través de una revisión ciega por pares, y admite textos en castellano, inglés y portugués.

Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación(<http://www.aimc.es/>)

La Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) la forman un amplio grupo de empresas cuya actividad gravita en torno a la comunicación, tanto en su vertiente informativa como comercial. Su unión nace de un interés común: conocer lo más y mejor posible cómo es el consumo de medios en España.

Infoamérica(<https://www.infoamerica.org/>)

Infoamérica (Iberoamerican Communication Review) es una revista académica nacida como extensión del Portal Infoamérica, creado en 2002, que está orientada hacia el estudio de la comunicación y los medios en el escenario iberoamericano.

Portal de la Comunicación(<http://www.portalcomunicacion.com/>)

El Portal de la Comunicación del Instituto de la Comunicación de la UAB (InCom-UAB), inaugurado en marzo de 2001, ofrece información y documentación especializada en los diferentes ámbitos de la comunicación, orientada a los investigadores, estudiantes y profesionales de la comunicación, prioritariamente de América Latina, España y Cataluña.

OTRAS FUENTES DE REFERENCIA:

- Artículos y noticias de actualidad.
- Documentales, películas, programas de televisión, de radio y campañas publicitarias que sirvan para reforzar contenidos del programa de la asignatura.
- Otras revistas especializadas en comunicación.
- Páginas web de los grupos de comunicación.

PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

METODOLOGÍAS:

MÉTODO DIDÁCTICO:

La asignatura se desarrollará especialmente a través de este enfoque, utilizando la clase magistral, con el objetivo de facilitar la comprensión de sus fundamentos teóricos.

MÉTODO DIALÉCTICO:

Este método se utilizará, de forma complementaria, para abordar los contenidos de la materia mediante preguntas de indagación, el coloquio y ejercicios prácticos.

CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

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

Es importante tener presente que, como asignatura satélite, **el horario asignado para la impartición de la asignatura es 1h semanal**. Si el alumno tuviera que realizar alguna actividad específica o práctica obligatoria fuera de ese horario será comunicada al alumno. Todas las tareas obligatorias tendrán una entrega asociada en moodle (ecampus o campus virtual) o se realizarán en la clase y serán comunicadas al alumno.

BLOQUE I: INVESTIGACIÓN EMPÍRICA DE LA COMUNICACIÓN

Tema 1. Introducción. La ciencia de la comunicación como ciencia social.

Tema 2. Elementos de la comunicación. Ámbitos científicos de la comunicación social.

Tema 3. Orígenes y bases contemporáneas del estudio de la comunicación.

Cronología: semanas 1, 2, 3 y 4.

BLOQUE II: MODELOS BÁSICOS PARA EL ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN COLECTIVA

Tema 4. Prolegómenos sobre la importancia de los modelos en el estudio de la comunicación.

Tema 5. Principales modelos en el estudio de la comunicación

Cronología: semanas 5, 6 y 7.

BLOQUE III: ENFOQUES TEÓRICOS SOBRE LOS EFECTOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Tema 6. Teorías sobre los medios de comunicación de masas I.

Tema 7. Teorías sobre los medios de comunicación de masas II.

Tema 8. Estudio de los efectos mediáticos en la actualidad.

Cronología: 8, 9, 10, 11, 12, 13 y 14.

Durante la semana 16 se desarrollarán los seminarios tutoriales.

Las actividades que integran esta planificación son susceptibles 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 afectada/s y así se verá reflejado en su calificación.

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
Trabajo en grupo				X												X	X	X
Trabajo individual							X									X	X	X
Pruebas de ejecución															X	X	X	X
Prueba teórica 1								X								X	X	X
Prueba teórica 2														X		X	X	X

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA ORDINARIA:

Criterios de evaluación

La evaluación de la materia consta de una parte teórica y una práctica.

Para superar la parte teórica, que supone un 70% en la calificación de la asignatura, el alumno ha de conseguir al menos 10 puntos entre las dos pruebas teóricas de respuesta corta y tipo test realizadas durante el periodo de clases con una puntuación mínima de 4 puntos en cualquiera de los ejercicios. Quien haya obtenido una nota inferior a 4 en alguno de los ejercicios parciales realizados durante el periodo de las clases habrá de volver a evaluarse de esa prueba o pruebas en el periodo ordinario de exámenes. La asistencia previa a cada uno de los

dos parciales, con plena atención a la asignatura, realizados en el periodo de clases (o en las semanas de evaluación de la convocatoria ordinaria si fuera el caso), aportará hasta un máximo de 1 punto extra en la calificación de cada ejercicio. No asistir a clase, no estar atento a los contenidos abordados en la clase o no escuchar las preguntas formuladas por el profesor por diferentes motivos (revisar el móvil, estar pendiente de otros asuntos en el ordenador, hablar con los compañeros, etc.) supondrá no obtener la puntuación extra mencionada en la clase en la que se infrinja esta norma. Este criterio también se aplicará cuando no se realice alguna de las dinámicas planteadas por el profesor durante la exposición de los contenidos. Para superar el bloque teórico el alumno debe alcanzar al menos 10 puntos entre los ejercicios evaluados en el periodo ordinario de exámenes (o entre el evaluado en ese periodo y el superado previamente durante el curso con una nota mínima de 4). Los alumnos con la parte teórica suspensa en la convocatoria ordinaria habrán de evaluarse de todo el temario en la convocatoria extraordinaria.

Para superar la parte práctica, que representa un 30% en la calificación de la asignatura, el alumno ha de obtener al menos 5 puntos en el ejercicio grupal, en el ejercicio individual y en cada una de las 3 pruebas de ejecución que pueden realizarse bien de modo individual, bien en grupo. El primero pesa un 5% en la calificación definitiva, el ejercicio individual un 10% y cada prueba de ejecución un 5% en cada caso en la nota final. También es posible realizar pruebas de ejecución opcionales extra en la entrega prevista para esta última tarea en la convocatoria ordinaria (hasta un máximo de 2 que podrán suponer en cada caso 0,30 puntos extra en la calificación de la prueba teórica de evaluación de la convocatoria extraordinaria). Quienes no hayan obtenido un 5 en alguno de los ejercicios prácticos obligatorios habrán de volver a entregar esa tarea mejorada en la convocatoria extraordinaria. En relación con el bloque práctico es importante tener presente que no entregar un ejercicio dentro del plazo previsto implicará su no evaluación. En caso de suspender el bloque práctico en la convocatoria ordinaria con uno o más de los ejercicios aprobados, este o estos no habrán de realizarse nuevamente para la convocatoria extraordinaria (solo el o los ejercicios pendientes).

El alumno que suspenda la asignatura en la convocatoria ordinaria obtendrá la calificación que le corresponda según la puntuación obtenida en cada bloque evaluado (teoría -70%- y práctica -30%-) hasta un máximo de 4 puntos.

Criterios de evaluación en ejercicios prácticos y aspectos ortográficos

En el momento en que se encargue cada uno de los ejercicios prácticos de la asignatura se aportará una ficha descriptiva en la que se indicarán los criterios de evaluación que se aplicarán en cada caso.

Las faltas de cualquier tipo pueden ser motivo de suspenso en un ejercicio teórico o trabajo entregado. De hecho, se restará 0,25 por los acentos gráficos mal colocados u omitidos y un punto por el resto de faltas de ortografía. Una prueba escrita suspensa por motivos ortográficos implica que deba presentarse en la siguiente convocatoria, atendiendo las peticiones de contenido y forma.

Otras consideraciones

Copiar en una prueba escrita realizada en el aula implicará, automáticamente, suspender la asignatura. Además, el plagio en un ejercicio práctico supondrá una calificación de 0 en esa práctica y la necesidad de volver a realizarse para la convocatoria extraordinaria.

No está permitido el uso del ordenador personal o los móviles durante las clases. Solo podrán utilizarse, puntualmente, en alguna dinámica o tarea según las directrices del profesor.

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.

De no aprobar la materia en este curso académico ha de repetirse en su totalidad.

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

Criterios de evaluación

El alumno ha de superar la parte teórica, si la tiene suspensa, y/o la parte práctica, si no la ha superado en convocatoria extraordinaria.

Para superar la parte teórica el alumno ha de obtener al menos 5 puntos en el ejercicio teórico de toda asignatura que tendrá lugar en el periodo de evaluación de la convocatoria extraordinaria.

Para superar la parte práctica el alumno ha de obtener al menos 5 puntos en cada uno de los ejercicios obligatorios que tuviera pendientes en la convocatoria ordinaria. En relación con el bloque práctico es importante tener presente que no entregar un ejercicio dentro del plazo previsto en la convocatoria extraordinaria implicará su no evaluación.

El alumno que suspenda la asignatura en la convocatoria extraordinaria obtendrá la calificación que le corresponda según la puntuación obtenida en cada bloque evaluado (teoría -70%- y práctica -30%-) hasta un máximo de 4 puntos.

Criterios de evaluación en ejercicios prácticos y aspectos ortográficos

Cada uno de los ejercicios prácticos de la asignatura contará con una ficha descriptiva en la que se indicarán los criterios de evaluación que se aplicarán en cada caso.

Las faltas de cualquier tipo pueden ser motivo de suspenso en un ejercicio teórico o trabajo entregado. De hecho, se restará 0,25 por los acentos gráficos mal colocados u omitidos y un punto por el resto de faltas de ortografía. Una prueba escrita suspensa por motivos ortográficos implica que se suspenda la materia en la convocatoria extraordinaria.

Otras consideraciones

Copiar en una prueba escrita realizada en el aula implicará, automáticamente, suspender la asignatura. Además, el plagio en un ejercicio práctico supondrá una calificación de 0 en esa práctica y el suspenso de la asignatura en la convocatoria extraordinaria.

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.

De no aprobar la materia en este curso académico ha de repetirse en su totalidad.

SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE (%)
Pruebas de respuesta corta	35%
Trabajos y proyectos	15%
Pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas	15%
Pruebas objetivas	35%