DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Técnicas de Comunicación Eficaz
PLAN DE ESTUDIOS: Grado en Comunicación Audiovisual (PGR-COMUNICA)
GRUPO: 2526-S1
CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Básica (BA)
ECTS: 6,0
CURSO: 2º
TEMPORALIDAD: 2º Semestre
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:
Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

DATOS DEL DOCENTE

NOMBRE Y APELLIDOS: IMELDA RODRÍGUEZ ESCANCIANO
EMAIL: irodriguez@uemc.es
TELÉFONO: 983 00 10 00
HORARIO DE TUTORÍAS: Lunes a las 20:00 horas

CV DOCENTE:

Doctora en Ciencias de la Información y Licenciada en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid. Especialista en Comunicación Estratégica e Imagen Política. Acreditada por la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Castilla y León (ACSUCYL) en las figuras de profesor de Universidad Privada y profesor Contratado Doctor. Desde hace veinte años, imparte docencia universitaria en grados y másteres de comunicación, consultoría y marketing político, tanto en modalidad presencial como on line. En la Universidad Europea Miguel de Cervantes, desde el 2003, ha impartido asignaturas como “Comunicación e información audiovisual”, “Opinión Pública” y “Técnicas de comunicación eficaz”. Es Máster por la UNED en Formación en Docencia e Investigación para la Educación Superior. Directora y autora de distintas publicaciones sobre innovación docente y experta en gestión y dirección de políticas educativas.

CV PROFESIONAL:

En su experiencia profesional de más de veinte años, ha desarrollado labores de alta dirección y gestión en organizaciones, algunas de ellas vinculadas a la Educación Superior. Así, a partir del año 2004, comenzó a desempeñar distintos puestos de dirección académica, como Decana de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Información o Vicerrectora de Ordenación Académica y Profesorado. Ha sido también Rectora de la Universidad Europea Miguel de Cervantes (2014-2020). Su actividad académica y profesional está ligada a los ámbitos de la Comunicación Estratégica, la Imagen Política y la Reputación Institucional. Es asimismo escritora, analista política y conferenciante internacional.

CV INVESTIGACIÓN:

Creadora de un modelo y método inéditos de Imagen y Reputacón Pública, denominado Método AIPoC®, para su implementación en contextos políticos, institucionales y empresariales, resultado de sus líneas de investigación en estos ámbitos. Investigadora y consejera experta en Comunicación Estratégica, Imagen Política y Reputación Institucional, cuenta además con distintas publicaciones científicas (artículos, capítulos de libro y monografías) y dirección de proyectos vinculados a estas temáticas. Su investigación actual se centra en los nuevos estilos del liderazgo contemporáneo, desde una imagen de poder auténtica, para la configuración de la autoridad consistente y el impulso de la eficiencia organizacional. Ha sido miembro de distintos tribunales de defensa de tesis doctorales sobre comunicación audiovisual, periodismo especializado, comunicación política, cine, publicidad y marketing. Su último libro es "Imagen Política. Modelo y método", editado por el Grupo

Planeta.

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA:

"Técnicas de comunicación eficaz" pretende dotar al alumno de las herramientas y recursos necesarios para que pueda evolucionar positivamente en su capacidad comunicativa, orientándola a su desarrollo profesional, preparando sus habilidades directivas fundamentales y potenciando destrezas que fomenten su liderazgo. Esta asignatura se desarrolla a partir del sistema de Comunicación creado por la profesora y denominado COMi7 -que conecta activamente con las distintas competencias y resultados de aprendizaje contemplados-. A través de ese sistema de comunicación eficaz se desarrollan los distintos temas, centrados en el diseño de la persuasión a través de la estructuración argumental discursiva; las técnicas, claves y herramientas comunicativas aplicadas a distintos tipos de mensajes; y las tendencias de comunicación de vanguardia desde el estudio de ámbitos como el lenguaje no verbal, la neuro-comunicación, el diálogo constructivo, la escucha activa o la imagen.

Resulta fundamental que los alumnos posean conocimientos asentados sobre lengua y cultura global, así como destrezas previas vinculadas a su capacidad crítica y creativa. Se trata de una asignatura fundamental para el estudiante porque le prepara para ampliar el valor de su marca profesional, pudiendo aplicar de forma inmediata lo aprendido e ir perfeccionándolo a lo largo de su carrera académica y profesional, teniendo la posibilidad de destacar así en una de las habiliades más demandas, decisivas y prioritarias para el progreso eficiente de su talento.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:

1. **UNIDAD 1. DISEÑAR LA PERSUASIÓN** : Estructuración de mensajes, creatividad y credibilidad.
    1. Estructura argumental. Herramientas.
    2. Neurowriting. El contenido emocional.
    3. Storytelling, cuentos y conversaciones.
    4. El valor del que escucha: la atención y la audiencia.
2. **UNIDAD 2. TÉCNICAS, CLAVES Y RECURSOS COMUNICATIVOS** : Mecanismos de atracción, tácticas y actitudes comunicativas.
    1. Presentaciones inteligentes. La gestión del tiempo.
    2. Formas de expresión. La influencia digital.
    3. Lenguaje positivo. Comunicación no violenta.
    4. Limitadores y potenciadores de la comunicación eficaz.
3. **UNIDAD 3. COMUNICACIÓN E IMAGEN DE ALTO IMPACTO: EL LIDERAZGO.** : Identidad verbal y no verbal, marca e imagen estratégicas.
    1. Rasgos del comunicador de éxito.
    2. Categorías del lenguaje no verbal.
    3. Marca personal e Identidad comunicativa. La Imagen Pública.
    4. Adaptación del mensaje a los medios audiovisuales.

RECURSOS DE APRENDIZAJE:

Herramientas digitales abiertas.

Plataformas como Moodle y Microsoft Teams.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

COMPETENCIAS BÁSICAS:

- CB1. Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que

parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
- CB3. Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
- CB4. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
- CB5. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

COMPETENCIAS GENERALES:

- CG01. Capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico
- CG02. Capacidad para trabajar en equipo
- CG04. Capacidad para resolver problemas y tomar decisiones
- CG05. Capacidad para desarrollar el pensamiento creativo
- CG09. Capacidad para comunicar imágenes, ideas o símbolos
- CG10. Capacidad para aplicar los conocimientos a la práctica

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- CE01. Capacidad y habilidad para comprender y expresarse correctamente con fluidez y eficacia comunicativa en las lenguas propias de manera oral y escrita con aplicación a los distintos medios
- CE05. Capacidad y habilidad para exponer razonadamente ideas a partir de los fundamentos expresivos de la comunicación
- CE06. Capacidad y habilidad para comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación y de la publicidad y de las relaciones públicas
- CE22. Capacidad y habilidad para buscar, seleccionar y organizar cualquier tipo de fuente o documento (escrito, sonoro, visual, etc.) de utilidad para la elaboración o creación de contenidos

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- Comprender correctamente la lengua propia de manera escrita.
- Desarrollar la expresión analítica y sintética.
- Emitir razonadamente juicios críticas e ideas creativas.
- Desarrollar recursos para exponer en público
- Tratar correctamente con las fuentes informativas.
- Intensificar la integración personal a través de estrategias lingüísticas en su propia lengua y en lengua extranjera.
- Dominar la lengua española en los planos fonológico, gramatical y sintáctico.
- Usar adecuadamente la comunicación verbal y no verbal así como los medios tecnológicos de apoyo para conseguir influir en el receptor a través de la comunicación oral.
- Organizar el mensaje de forma novedosa para captar la atención del auditorio y resultar creíble.
- Activar una estrategia de comunicación efectiva para la comunicación de mensajes en diferentes situaciones y a través de cualquier medio de comunicación.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- García González, José Manuel (2021): Hablar bien en público: Técnicas de comunicación oral y preparación de discursos y presentaciones. Profit Editorial. ISBN: 9788418464300
- Fernández-Hoya, Gema (2020): Técnicas eficaces de comunicación. Síntesis. ISBN: 9788491714514

- Shaw, Gerard (2021): Habilidades cruciales de comunicación. Communication Excellence. ISBN: 9781647800833
- Rodríguez Escanciano, Imelda (2021): Imagen Política. Modelo y Método. Grupo Planeta. ISBN: 9788498755145
- Bassat, Luis (2020): Sueña como Luther King, habla como Obama, manda sin mandar y sé tú mismo. Plataforma Editorial. ISBN: 9788417886486

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- Carnegie, Dale (2008): Cómo ganar amigos e influir sobre las personas. Elipse. ISBN: 9788493664923
- Aranda, José Carlos (2015): Cómo hablar en público. Berenice. ISBN: 9788415441786
- Rosa Marín, Agustín (2013): Hablar bien en público es posible, si sabes cómo. Paidós. ISBN: 9788449328992
- Palomares, José María (2017): Hablar en público para dummies. CEAC. ISBN: 9788432903649
- Krogerus, Mikael (2019): El pequeño libro de la comunicación eficaz. Alienta. ISBN: 9788417568757
- Fabregat Marianini, Antonio (2020): Debatir bien: una asignatura pendiente. Alienta. ISBN: 97884113440217
- Carnegie, Dale (2000): El camino fácil y rápido para hablar eficazmente. Elipse. ISBN: 9788493664954
- Breton, Philippe (2009): El arte de convencer. Paidós. ISBN: 9788449322426
- Berckhan, Barbara (2019): El arte de hablar en público. RBA Libros. ISBN: 9788491872320
- Ballenato, Guillermo (2013): Comunicación eficaz: Teoría y práctica de la comunicación humana. Pirámide. ISBN: 9788436827545
- Udaondo, Miguel (2020): Comunica: las claves de la comunicación para el liderazgo. LID. ISBN: 9788417880125
- Pérez Colomé, Jordi (2010): Cómo escribir claro. UOC. ISBN: 9788490290859
- Juesas, Cristina; López, Agustí; y Ferrer, Robert (2021): Hablar en público en 4 pasos. Libros de Cabecera. ISBN: 9788412272260
- Anderson, Chris J. (2018): Charlas TED: la guía oficial TED para hablar en público. Deusto. ISBN: 9788423429288
- Álvarez Marañón, Gonzalo (2012): El arte de presentar: cómo planificar, estructurar, diseñar y exponer presentaciones. Gestión 2000. ISBN: 9788498752205
- Pérez de las Heras, Mónica (2013): Escribe, habla, seduce. LID. ISBN: 9788483567135
- González Boysen, Sonia (2015): El ABC de la comunicación efectiva: hablada, escrita y escuchada. Grupo Nelson. ISBN: 9780718030995
- Ramón-Cortés, Ferrán (2014): La isla de los 5 faros. Grupo Planeta. ISBN: 9788408123781
- Pinillos, Marta (2021): La voz. Herramienta para el éxito profesional. Dextra. ISBN: 9788417946678
- Rico, Marta (2017): Habilidades de comunicación para profesionales. Fragua. ISBN: 9788470747533
- Rodríguez Escanciano, Imelda y Hernández Herrarte, María (2010): Lenguaje no verbal. Cómo gestionar una comunicación de éxito. Netbiblo. ISBN: 9788497454759
- Salmon, Christian (2019): Storytelling: la máquina de fabricar historias y formatearla las mentes. Península. ISBN: 9788499427751
- Castellanos, Luis (2016): La ciencia del lenguaje positivo. Paidós. ISBN: 9788449331954
- Temple, Inés (2020): Yo S.L. Empleabilidad y marketing personal. Alienta. ISBN: 9788413440552
- González-Alorda, Álvaro (2011): El talking manager. Cómo dirigir personas a través de las conversaciones. Alienta. ISBN: 9788415678052
- Villahizán Pérez, Javier (2021): Lenguaje corporal. Cómo interpretar la comunicación no verbal. Libsa. ISBN: 9788466241137
- Blanco Pastor, Alejandro (2019): Comunicación eficaz y presentaciones inteligentes. Pirámide. ISBN: 9788436840377
- Lucas, Adolfo (2008): El poder de la palabra: técnicas para hablar en público. Ariel. ISBN: 9788434413092
- de Diego, Javier (2020): Técnicas para hablar en público: Métodos eficaces para ser un buen orador. Guiomar Ediciones. ISBN: 9788412208825
- Velilla Barquero, Ricardo (2014): Comunicación: El arte de persuadir con palabras. UOC. ISBN: 9788490641002
- ¿Qué nos jugamos cuando hablamos en público?: comprenda su miedo escénico y cómo controlarlo. (2009):

Bang, Pascale. Alienta. ISBN: 9788493582791
- Carrión López, Salvador A. (2008): Seducir y cautivar con PNL: El lenguaje de impacto. Obelisco. ISBN: 9788497775113
- Kahneman, Daniel (2021): Pensar rápido, pensar despacio. Debolsillo. ISBN: 9788490322505

WEBS DE REFERENCIA:

Web / Descripcion
Blog técnicas comunicativas(https://agenciacomma.com/tag/tecnicas-de-comunicacion/) Blog sobre desarrollo de comunicación eficaz
Blog de comunicador(https://sebastianlora.com/blog/) Blog de Sebastián Lora que presenta el análisis de distintas habilidades de comunicación
Blog comunicación empresarial(https://blog.edenred.es/comunicacion-empresarial/) Blog sobre técnicas de comunicación profesionales
Sitio web de comunicadora(https://www.auroramichavila.com) Página web de Aurora Michavila con contenidos sobre hablar en público
Página web experto en lenguaje y comunicación(https://palabrashabitadas.com) Página web de Luis Castellanos sobre lenguaje y comunicación
Página web oratoria(http://monicaperezdelasheras.com) Página web de Mónica Pérez de las Heras sobre comunicación y oratoria
Página web marca personal(https://www.andresperezortega.com/blog) Página web de Andrés Pérez Ortega sobre estrategia de marca personal
Página web pensamiento contemporáneo(https://www.joseantoniomarina.net) Página web del filósofo José Antonio Marina
Blog estrategias posicionamiento digital(https://www.begoromero.com/blog/) Blog de Bego Romero sobre estrategias de posicionamiento digital
Sitio web sobre posicionamiento de marcas(http://www.branzai.com) Blog sobre desarrollo y ejecución de marcas
Sitio web estrategias de comunicación(https://www.blogpocket.com/blo) Página web de construcción de herramientas comunicativas
Sitio web desarrollo comunicativo(https://www.publicidadenlanube.es/blog/) Blog sobre estrategias de marketing y comunicación
Sitio web tecnotalento y liderazgo(https://juancarloscubeiro.com) Blog de Juan Carlos Cubeiro sobre tecnotalento, transformación y liderazgo
Sitio web desarrollo estratégico personal(https://claudioinacio.com/blog/) Blog sobre estrategia personal y vinculaciones comunicativas
Blog desarrollo marca personal(https://www.evacolladoduran.com/tag/blog/) Blog de Eva Collado Durán sobre marca personal
Sitio web artículos de opinión Imelda Rodríguez Escanciano(https://www.eldiadevalladolid.com/opinion) Artículos de análisis de actualidad que incluyen una perspectiva comunicativa
Blog comunicación y gestión del cambio(https://fatimamartinez.es/blog/) Blog de Fátima Martínez sobre gestión del cambio y comunicación
Sitio web estrategia redes digitales(https://fernandocebolla.com/blog/) Blog de Fernando Cebolla sobre desarrollo digital
Sitio web identidad digital(https://ignaciosantiago.com/blog) Blog de Ignacio Santiago sobre desarrollo digital
Sitio web conversaciones y transformación(http://www.alvarogonzalezalorda.com) Página web de Álvaro González-Alorda, co-fundador de emergap
Sitio web sobre optimización LinkedIn(https://ingesaez.es/blog/) Blog sobre redes sociales y comunicación
Sitio web marca digital(https://isragarcia.es)

Blog analista comunicación digital

Sitio web videobranding(https://www.javiermanzaneque.com/blog/)
Blog de Javier Manzaneque sobre estrategias digitales

Sitio web transformación digital(https://www.juanmerodio.com)
Blog de Juan Merodio sobre estrategias digitales

Sitio web marca personal(https://lauraribas.com/blog/)
Blog de Laura Arribas sobre transformación

Sitio web desarrollo redes sociales(https://blog.facomunicacion.com)
Blog sobre estrategias digitales

Sitio web desarrollo creativo digital La Criatura Creativa(https://lacriaturacreativa.com)
Blog de La Criatura Creativa

Sitio web estrategia redes sociales(https://www.40defiebre.com)
Página web de 40 de Fiebre

Sitio web de desarrollo e ideas creativas(https://www.goodrebels.com/es/)
Blog sobre creatividad de marcas y personas

Sitio web marca personal(https://laiaarcones.com)
Página web de Laia Arcones

Sitio web innovación comunicación(https://www.misgafasdepasta.com)
Blog de Mis Gafas de Pasta sobre desarrollo comunicativo

Sitio web periodismo, comunicación y publicidad(https://pabloherreros.com)
Blog de Pablo Herreros sobre medios y web

Sitio web lenguaje, conversaciones (https://estrellamontolio.wordpress.com)
Página web de Estrella Montolío sobre lenguaje, conversaciones y comunicación

Sitio web marca personal(https://presentastico.com)
Página web sobre comunicación efectiva y desarrollo personal

Sitio web desarrollo aptitudes comunicativas(https://nataliagomezdelpozuelo.com)
Página web Natalia Gómez del Pozuelo sobre habilidades de comunicación

Sitio web presentaciones y comunicación (https://www.elartedepresentar.com/author/gonalvmar/)
Página web de El Arte de Presentar sobre estrategias de comunicación

Sitio web Víctor Gay Zaragoza.(https://www.victorgayzaragoza.com)
Blog sobre técnicas y estrategias de comunicación.

Sitio web comunicador(https://ivancarnicero.com)
Página web de Iván Carnicero sobre contenidos comunicativos

Sitio web RAE(https://dle.rae.es)
Página Web de la Real Academia Española (RAE)

OTRAS FUENTES DE REFERENCIA:

OTROS SITIOS DIGITALES:

Canal YouTube sobre comunicación y creatividad:

https://www.youtube.com/channel/UC5sCZvU7or33OPeROKKQW0Q

Canal YouTube sobre comunicación exitosa:

https://www.ted.com/talks?language=es

Canal YouTube sobre emprendimiento y comunicación:

https://www.youtube.com/channel/UCwYlw2jpIeEC7l9bH9BQWZQ

Canal YouTube sobre crecimiento empresarial y comunicación:

https://www.youtube.com/channel/UCHYbumGFHO9NNo9ODc1ulxw

Canal YouTube sobre habilidades sociales:

https://www.youtube.com/channel/UCpTuaGDm_YwmbqWWrbavNeQ

Canal YouTube sobre estrategias de comunicación:

https://www.youtube.com/c/JordiGraciaPuig/about

DICCIONARIOS

Amiano, Víctor. *Dichosos dichos. Frases, expresiones del mundo clásico para el isglo XXI*. Barcelona, Ariel, 2014.

Buitrago, Alberto. *Diccionario de dichos y frases hechas*. Madrid: Espasa, 2012.

Gil, Juan. La ocasión la pintan calva. Madrid: Espasa, 2016.

Iribarren, José María. *El porqué de los dichos*. Barcelona: Ariel, 2015.

Junqueda, Luis. *Diccionario de refranes, dichos y proverbios*. Madrid: Espasa, 2012.

Señor González, Luis. *Diccionario de Citas. Más de 5000 citas de todos los tiempos*. Madrid: Espasa, 2012.

PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

METODOLOGÍAS:

MÉTODO DIDÁCTICO:

Se utilizará este método para la explicación de los contenidos de las distintas unidades temáticas de la asignatura. Esta exposición será básica para el trabajo continuo, aplicación práctica y aprendizaje del estudiante según los objetivos y resultados de aprendizaje contemplados.

MÉTODO DIALÉCTICO:

El desarrollo del pensamiento crítico, creativo y divergente son fundamentales en esta asignatura para un progreso activo y eficiente de la capacidad comunicativa del alumno. De esta forma, el estudiante examinará críticamente lo aprendido, resolviendo contradicciones, y podrá confrontarlo para llegar a una conclusión resolutiva que le permita asimismo modelar su marca comunicativa y, por extensión, profesional. Este método se activará, especialmente, en las actividades que se desarrollarán en la asignatura como los laboratorios de aprendizaje, estudio y diseño comunicativo (Desing Com Lab y Tips & Lives), así como en la realización de las distintas pruebas conceptuales y prácticas.

MÉTODO HEURÍSTICO:

El Aprendizaje Basado en Problemas (ABP) es central en esta asignatura, estando especialmente enfocado en el proyecto final de la asignatura, donde el alumno identificará, definirá y explorará estrategias viables, presentando asimismo la solución más sólida, desde la activación de técnicas de comunicación eficaz, para la creación de una marca comunicativa sólida (Proyecto Pop Up de Marca Comunicativa).

CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

Esta asignatura se desarrolla a través de contenidos (Unidades temáticas), prácticas (individuales y grupales), análisis estratégicos de comunicación (Design Com Lab y Tips & Lives) y desarrollo de proyectos (Pop Up de Marca Comunicativa). Su planificación prevista es la siguiente:

SEMANA 1

Unidad 1.

Estructura argumental. Herramientas.

Tips & Lives 1.

SEMANA 2

Unidad 1.

Neurowriting. El contenido emocional.

Storytelling, cuentos y conversaciones.

SEMANA 3

Unidad 1.

El valor del que escucha: la atención y la audiencia.

Tips & Lives 2.

SEMANA 4

Unidad 2.

Presentaciones inteligentes. La gestión del tiempo.

Desing Com Lab_1.

SEMANA 5

Unidad 2.

Formas de expresión. La influencia digital.

Tips & Lives 3.

SEMANA 6

Práctica 1 (individual).

SEMANA 7

Unidad 2.

Lenguaje positivo. Comunicación no violenta.

Limitadores y potenciadores de la comunicación eficaz.

Design Com Lab_2.

SEMANA 8

Práctica 2 (individual).

SEMANA 9

Unidad 3.

Rasgos del comunicador de éxito.

Categorías del lenguaje no verbal.

Tips & Lives 4.

SEMANA 10

Práctica 3 (grupal).

SEMANA 11

Unidad 3.

Marca personal e Identidad comunicativa. La Imagen Pública.

Adaptación del mensaje a los medios audiovisuales.

SEMANA 12

Prueba escrita de evaluación conceptual y respuesta corta (basada en los contenidos vistos de las unidades temáticas, los Tips & Lives y los Design Com Lab).

SEMANA 13

Design Com Lab_3

SEMANA 14

Entrega del "Portafolio de Evolución Comunicativa".

Asesoramiento sobre la presentación de proyectos Pop Up de Marca Comunicativa.

SEMANA 15

Presentación de proyectos Pop Up de Marca Comunicativa.

ACLARACIONES:

El horario de tutoría académica personal será los lunes, de 20 a 21 horas (esta hora de tutoría podría verse modificada en función de los horarios que se diseñen, lo que se comunicaría al estudiante convenientemente).

Las fechas contempladas son estimadas, pudiendo estar sujetas a modificaciones que, si se realizaran, serán notificadas al alumno con antelación.

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
Práctica 1						X										X	X	X
Práctica 2								X								X	X	X
Práctica 3										X						X	X	X
Prueba escrita												X				X	X	X

Actividad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	¿Se evalúa?	CO	CE
Proyecto final															X	X	X	X
Portafolio														X				

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA ORDINARIA:

La evaluación de la asignatura en la convocatoria ordinaria se desarrollará del siguiente modo:

1.PRÁCTICAS (35%). Se realizarán 3 prácticas, 2 de ellas individuales y 1 grupal. El alumno deberá obtener, como mínimo, una media de 5 puntos para considerar superado este bloque de evaluación.

2.PRUEBA ESCRITA (30%). Se desarrollará una prueba escrita correspondientes a los contenidos vistos en las unidades temáticas y en las actividades denominadas Tips&Lives y Design Com Lab. Será necesario obtener una calificación mínima de 5 puntos para considerar superado este bloque de evaluación.

3.TRABAJOS Y PROYECTOS (25%). El alumno realizará un proyecto final de la asignatura, denominado "Pop Up de Marca Comunicativa", como tarea de desarrollo grupal. Será necesario obtener una calificación mínima de 5 puntos para considerar superado este bloque de evaluación y, al igual que en los casos anteriores, poder realizar la media porcentual correspondiente entre los cuatro apartados descritos, que será la nota final del estudiante en la asignatura.

4.ESCALA DE ACTITUDES (10%). La profesora valorará en este apartado la predisposición, la reacción-intervención en las dinámicas de la asignatura y la evolución del estudiante en cada una de las sesiones de aprendizaje. Se tomará en consideración el portafolio de evaluación comunicativa entregado por el alumno.

ACLARACIONES:

Al ser obligatoria la obtención de una calificación mínima de 5 puntos en cada uno de estos bloques, aunque el alumno obtuviera una calificación media final de 5 o más puntos (teniendo alguna o varias de las tres partes con una nota inferior a 5 puntos), la calificación que aparecería en las actas sería suspenso, hasta que realizara la recuperación correspondiente de las partes suspensas en la convocatoria extraordinaria.

El estudiante que, por una causa justificada y debidamente aceptada como tal, no pudiera realizar una práctica deberá informar a la profesora de su ausencia, a través de un correo electrónico, un día antes o en el mismo día, para poder convenir una nueva realización del ejercicio. No podrán repetirse prácticas si el alumno no sigue este procedimiento.

NOTAS COMUNES A LA CONVOCATORIA ORDINARIA Y EXTRAORDINARIA

La planificación de la evaluación tiene un carácter meramente orientativo y podrá ser modificada a criterio del profesor, en función de circunstancias externas y de la evolución del grupo.

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.

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

La evaluación de la asignatura en la convocatoria extraordinaria queda establecida así:

1. PRÁCTICAS (35%). El alumno deberá realizar nuevamente aquellas prácticas (o partes de las prácticas que indique la profesora) que no se han considerado superadas en la convocatoria ordinaria. Asimismo, deberá obtener, como mínimo, una media de 5 puntos para considerar superado este bloque de evaluación.

2. PRUEBAS ESCRITAS (40%). Se realizará una prueba final escrita, en la fecha indicada en las semanas finales de evaluación, sobre los contenidos vistos en todas las unidades temáticas y en las actividades denominadas Tips&Lives y Design Com Lab. Será necesario obtener una calificación mínima de 5 puntos para considerar superado este bloque de evaluación.

3. TRABAJOS Y PROYECTOS (25%). El alumno deberá realizar aquella parte o partes del proyecto final de la asignatura, denominado "Pop Up de Marca Comunicativa", que no hayan sido superadas en la convocatoria ordinaria. Será necesario obtener una calificación mínima de 5 puntos para considerar superado este bloque de evaluación y, al igual que en los casos anteriores, poder realizar la media porcentual correspondiente entre los apartados descritos, que será la nota final del estudiante en la asignatura.

SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE (%)
Pruebas de respuesta corta	30%
Trabajos y proyectos	25%
Portafolio	5%
Escalas de actitudes	5%
Informes de prácticas	35%