DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Teoría Aplicada de la Comunicación y de la Información

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

GRUPO: 2526-M1

CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales

CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Básica (BA)

ECTS: 6,0

CURSO: 1º

TEMPORALIDAD: 1º 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: ÓSCAR DÍAZ CHICA

EMAIL: odiaz@uemc.es

TELÉFONO: 983 00 10 00

HORARIO DE TUTORÍAS: Martes a las 17:00 horas

CV DOCENTE:

Es doctor por la Universidad de Valladolid y licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, y en Humanidades. Además ha realizado un Máster en Educación Socioemocional para el desarrollo personal y profesional en la Universidad de Zaragoza, así como un Diploma de Estudios Avanzados (DEA) en comunicación, auge tecnológico y renovación sociocultural. Cuenta con alrededor de 20 años de experiencia como docente en el área de comunicación de diversas universidades españolas (Universidad Europea de Madrid, Universidad San Jorge y Universidad Europea Miguel de Cervantes), periodo en el que ha impartido variedad de asignaturas 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 aplicada de la comunicación y de la información se articula en tres bloques fundamentales que describen los aspectos fundamentales de la asignatura. El primer bloque, investigación empírica de la comunicación, introduce al estudio científico en la comunicación. El segundo, modelos básicos de comunicación, presenta una

pequeña selección de algunos de los modelos mas relevantes desarrollados desde diferentes ámbitos en el estudio de la comunicación. Y el tercer bloque, enfoques teóricos sobre los efectos de los medios de comunicación, revisa algunas de las teorías más relevantes que se han formulado para entender cómo los medios de comunicación afectan a las personas.

Teoría aplicada de la comunicación y de la información constituye una asignatura básica en el estudio de la comunicación.

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
2. **BLOQUE II: MODELOS BÁSICOS PARA EL ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN COLECTIVA**
    1. Tema 3. Modelos teóricos en el estudio de la comunicación
3. **BLOQUE III: ENFOQUES TEÓRICOS SOBRE LOS EFECTOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**
    1. Tema 4. Teorías sobre los medios de comunicación de masas I
    2. Tema 5. Teorías sobre los medios de comunicación de masas II

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:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se define a través de grandes competencias (GC), ubicadas temporalmente en esta categoría de "competencias generales"
- GC01. Competencia para la adquisición de las bases y fundamentos de la comunicación. Diagnosticar, analizar, valorar y relacionar el marco de la publicidad y las relaciones públicas desde una perspectiva global proveniente de conocimientos propios de la sociología, las teorías de la publicidad y las relaciones públicas y el análisis del discurso, la historia, el derecho o la economía, y asegurando un ejercicio de la profesión de calidad.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se concreta en los resultados de aprendizaje de cada materia y asignatura.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se concreta en los resultados de aprendizaje de cada materia y asignatura.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- SbC1.1_Sucompetencia_Intrerpretar los fenómenos sociológicos, económicos, históricos, políticos, jurídicos, artísticos y comunicativos para comprender los hechos actuales y realizar el desempeño de la publicidad y las relaciones públicas de calidad.
- SbC1.2_Sucompetencia_Desempeñar las relaciones públicas y publicidad desde una perspectiva global.
- C1.1_Conocimiento_Conocer los principios sociológicos, económicos, históricos, políticos, jurídicos, artísticos y comunicativos.
- C1.2_Conocimiento_Comprender la relación entre las distintas áreas de conocimiento y su vínculo con la publicidad y las relaciones públicas.

- H1.1_Habilidad o destreza_Analizar los fenómenos socio-culturales para la producción publicitaria y de relaciones públicas.
- H1.2_Habilidad o destreza_Aplicar los conocimientos básicos en principios en sociología, economía, historia, políticas, legislación, arte y comunicación en el ejercicio de la profesión de publicidad y relaciones públicas.
- CT1.1_Competencia transversal, valor o actitud_Desarrollar el sentido de la integridad y ética en la publicidad y relaciones públicas, partiendo del correcto cumplimiento de la normativa legal.

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: 97884206770002
- 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
- Stavraki, 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. Sintesis. 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. Icara. 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 / Descripcion

Infoamérica(https://www.infoamerica.org/)
El Portal Infoamérica, creado en 2002, bajo la dirección del profesor Bernardo Díaz Nosty (Universidad de Málaga, España), está orientado hacia el estudio de la comunicación y los medios en el escenario iberoamericano, y en especial a la defensa de la libertad de expresión y la denuncia de los atentados contra periodistas en el ámbito de América Latina.

Portal de la Comunicación(https://incom.uab.cat/portalcom/)
El Portal de la Comunicación del Instituto de la Comunicación de la UAB (InCom-UAB), fundado por Miquel de Moragas 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.

International Communication Association(https://www.icahdq.org/)
La Asociación Internacional de la Comunicación (International Communication Association) promueve el estudio académico de la comunicación humana fomentando y facilitando la excelencia en la investigación académica en todo el mundo.

European Communication Research and Education Association(https://ecrea.eu/)
ECREA (European Communication Research and Education Association) o Asociación Europea de Investigación y Educación en Comunicaciónes una sociedad científica de estudiosos de la comunicación dedicada al desarrollo de la investigación y la educación superior en comunicación en Europa. .

OTRAS FUENTES DE REFERENCIA:

- Publicaciones digitales de diversa índole.
- Material audiovisual que refuerce contenidos específicos del programa de la asignatura.

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.

BLOQUE I: INVESTIGACIÓN EMPÍRICA DE LA COMUNICACIÓN

Tema 1. Introducción a la comunicación como ciencia.

Tema 2. Aspectos relevantes en el estudio de la comunicación.

Cronología: semanas 1, 2, 3 y 4.

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

Tema 3. Modelos teóricos 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 4. Teorías sobre los medios de comunicación de masas I.

Tema 5. Teorías sobre los medios de comunicación de masas II.

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
Diseño de investigación				X												X	X	X
Creación modelo de comunicación							X									X	X	X
Prueba teórica 1								X								X	X	X
Prueba teórica 2															X	X	X	X
Noticia que evidencia teorías 1														X		X	X	X
Noticia que evidencia teorías 2														X		X	X	X
Noticia que evidencia teorías 3														X		X	X	X

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA ORDINARIA:

Criterios de evaluación

Esta asignatura puede superarse completamente mediante evaluación continua durante las 15 semanas de clase.

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

Para superar la parte teórica, que supone un 60% en la calificación de la asignatura, el alumno ha de obtener al menos 4 puntos en cada una de las dos pruebas teóricas, alcanzando entre ambas un mínimo de 10 puntos que, en cada caso, suponen un 30% de la nota final de la asignatura. Quien haya obtenido una nota inferior a 4 puntos en alguno (o en ambos) de los ejercicios parciales realizados durante el periodo de clases, habrá de volver a evaluarse de esa prueba o pruebas en el periodo de exámenes de la convocatoria ordinaria. 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 en cualquiera de los dos. 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 (diseño de investigación), en el ejercicio individual (creación modelo de comunicación) y en cada una de los 3 ejercicios finales (noticias que evidencian teorías) evaluados de modo oral a través de su presentación y que pueden realizarse bien de modo individual, bien en grupo. El primero pesa un

10% en la calificación definitiva, el ejercicio individual un 5% y cada prueba de ejecución un 5% en cada caso en la nota final. También es posible realizar ejercicios finales extra (más noticias que evidencian teorías) en la entrega prevista para esta última tarea en la convocatoria ordinaria (hasta un máximo de 2) que podrán suponer en cada caso 0,35 puntos extra en la calificación del parcial o parciales pendientes en el examen final de la convocatoria ordinaria (la puntuación se aplicaría como más beneficie al alumno) y, si fuera el caso, en 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 convocatoria ordinaria con uno o más de los ejercicios aprobados, este o estos no habrán de realizarse nuevamente para la convocatoria extraordinaria. Sólo habrá que entregar mejorado en la convocatoria extraordinaria el o los ejercicios suspensos o no presentados.

La parte actitudinal, con un peso de un 10% en la calificación, se evalúa mediante la asistencia atenta a la asignatura y la participación en las dinámicas de clase propuestas por el profesor. No asistir a clase, no estar atento a los contenidos abordados en la clase, no escuchar las preguntas formuladas por el profesor por diferentes motivos (revisar el móvil, estar pendiente de otros asuntos en algún dispositivo, hablar con los compañeros, etc.) o no realizar alguna de las dinámicas planteadas por el profesor durante la exposición de los contenidos supondrá no obtener la puntuación asociada al bloque actitudinal en la clase correspondiente. Este bloque no exige una puntuación mínima para ser superado, únicamente incide en la calificación final.

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 -60%-, práctica -30%- y actitudinal -10%-) 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 ordinaria.

Para superar la parte teórica, que supone un 60% de la nota final de la asignatura, el alumno ha de obtener al menos 5 puntos en el ejercicio teórico de toda la asignatura en el periodo de evaluación de 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 cada uno de los ejercicios 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 (teórico -60%-, práctico -30%- y actitudinal -10%-) 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 (%)
Ejecución de prácticas	15%
Pruebas escritas	60%
Pruebas orales	15%
Técnicas de observación	10%