

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Diseño Gráfico

PLAN DE ESTUDIOS: Grado en Comunicación Audiovisual (PGR-COMUNICA)

GRUPO: 2627-S1

CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales

CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Optativa (OP)

ECTS: 6,0

CURSO: 3º

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: MATÍAS LÓPEZ IGLESIAS

EMAIL: mlopez@uemc.es

TELÉFONO: 983 00 10 00

HORARIO DE TUTORÍAS: Lunes a las 12:00 horas

INFORMACIÓN SOBRE TITULACIONES :

- Licenciado Licenciado en Publicidad y RR.PP. (Universidad *Universidad Complutense de Madrid*)
- Master universitario: European Animation Masterclass en prácticas avanzadas de Animación, (2002, Alemania) en la Fernseh Akademie Mitteldeutschland e.V.
- Doctorado: Doctor en Comunicación por la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación de la Universidad de Valladolid (2011)
- Y acreditado en la figura de Profesor/a titular por ANECA (2024)
- Y acreditado en la figura de Universidad privada por ANECA (2011)
- Y acreditado en la figura de Contratado doctor por ANECA (2011)

EXPERIENCIA DOCENTE :

- Cuenta con experiencia de Más de 10 años en docencia universitaria en el nivel del Grado (Experiencia Docente: +20 años de docente en la Universidad Europea Miguel de Cervantes (UEMC) donde ha impartido a un centenar de grupos una amplia variedad de asignaturas (18 temáticas distintas). aproximadamente a 36 ECTS anuales. 4 evaluaciones en el Informe final de la CEPDI (comisión de Evaluación del Personal Docente e Investigador). Tras el proceso de evaluación de la calidad en la docencia dentro del programa DOCENTIA (Espacio Europeo de Educación Superior EEES) centrado en la innovación y renovación de las metodologías docentes. En 2023 logra Evaluación "Excelente"; En 2017 logra Evaluación "Excelente" en 2013 obtiene la Evaluación "Excelente" y en 2009 obtuvo la Evaluación "Muy Positiva".)

EXPERIENCIA PROFESIONAL :

- Tiene experiencia en el ámbito profesional de 7 años en el sector Público (Desde 2006 trabaja como profesor Universitario en exclusiva Universidad Europea Miguel de Cervantes.. Anteriormente, ha sido docente de clases extraescolares de Informática, Centro de Estudios Lincoln Segovia y becario colaborador del Departamento "Diseño, Informática y Fotografía" (perteneciente al Colegio Universitario Domingo de Soto - U. Complutense). También ha desempeñado puestos relacionados con el mundo del diseño: en el departamento de Packaging y preimpresión del Grupo San Cayetano, creativo y diseñador gráfico en la Agencia Línea 3 Publicidad Diferencial, creativo y gestión de cuentas en Inmedia Comunicación y marketing y, dentro del mundo editorial, ha sido maquetador de la Revista Más vivienda y maquetador e Ilustrador Revista Páginas de Segovia.)

EXPERIENCIA INVESTIGADORA :

- Más de 10 años (Aportaciones científicas: Cuanta con 1 sexenio de investigación (Periodo -2022). Ha trabajado regularmente en la publicación de aproximadamente 35 artículos científicos en revistas indexadas (Comunicación y Sociedad, Análisi, Mediterránea, Index.Com, RCyS, Maestro y Sociedad, Ad Comunica, Visual Review, Rebeca - Revista Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual, Cuadernos de turismo, AVANCA Cinema Journal, Harvard Deusto Business Review, Publicitas: Comunicación y Cultura, Ámbitos. Revista internacional de comunicación, Sociedad y Economía, Razón y palabra, Egitania Sciencia, Pensar la publicidad), más de 60 capítulos de libro En editoriales de prestigio SPI (MC Graw Hill, Ediciones Octaedro, Icono 14, etc.), unas 20 creaciones artísticas, 17 artículos divulgativos, participado en más de 70 Congresos Nacionales e Internacionales. Internacionalización: asistido en al menos 20 ocasiones a estancias cortas en el extranjero, (Rumanía, Bélgica, Irlanda, Dinamarca, Portugal, República Checa, Alemania, Inglaterra, Francia, y Polonia) una semana aproximadamente cada una, y 3 estancias largas internacionales, de más de un mes, en (Alemania, Lituania, Chile y Portugal). Ha sido, profesor visitante en el Instituto Politécnico de Bragança (Portugal). Ha trabajado en unos 30 proyectos o contratos de investigación: Raices, Catalogación sobre Fiestas de Interés Turístico en CyL. Ruta de los museos olvidados, Zaquiel, 4QUE (Quid Universidad-Empresa), Ref: PI-1_15/16_002; Modelos hápticos 08_PoC20 II; Patrimonio Accesible C 2019-002i; Nacionales C3DM, Ref: UMC234B12-2; ITRAMO Cod. SPIP20141278 e Internacionales Proyecto Cencyl+ POCTEP) 2014-2020. Grupos de investigación Actualmente es Director de CCC: Cultura Científica y Comunicación Grupo de Investigación Consolidado (GIR) la UEMC, adscrito al Dpto. de Humanidades y Ciencias Sociales., ha sido miembro de TETRACOM, APDAP, C3DM, ITRAMO y CMD. Fruto de los cuales cuenta 1 Patentes Mundial PCT WO/2012/160224 System and method for capturing and processing three-dimensional images with movement y 3 registros de propiedad intelectual (programas de ordenador: xMoCap MOTion CAPture Multi tracking System. Sistema de seguimiento múltiple de captura de movimiento VA-54-2015, Zenit y PUGO: Aplicación para la publicación automática de publicidad geolocalizada VA-196-20 14) y 5 modelos de utilidad. (Sujeción para objetos ES1216612U, recarga de dispositivos móviles ES1134557, Escáner tridimensional portable ES1077247U, Pupitre de cartón U201131168a y mesa de escritorio U201131133))

OTROS DATOS CV :

Habla y escribe varios idiomas: **Español** Nativo **Inglés** B2.2 Medio/Alto; **Alemán**: A1 Básico; **Francés**: A2 Medio; y **Portugués**: A1 Básico.

Página web: <https://matiaslopeziglesias.wordpress.com/>

- ORCID <http://orcid.org/0000-0001-5896-8960>
- ResearchGate https://www.researchgate.net/profile/Matias_Lopez13
- edu <http://independent.academia.edu/Matias%C3%B3pez2>
- Facebook: <https://www.facebook.com/matias.lopeziglesias>
- Google Citations. <https://scholar.google.com/citations?user=r6qZSMMAAAAJ>
- Publons <https://publons.com/researcher/4180864/matias-lopez>
- Google Analytics: [UA-138020318-1](https://ua-138020318-1)
- LinkedIn [linkedin.com/in/matias-lopez-iglesias-b1513428](https://www.linkedin.com/in/matias-lopez-iglesias-b1513428)
- CFN FECYT: <https://cvn.fecyt.es/0000-0001-5896-8960>
- Página Web UEMC: https://investigacion.uemc.es/dt_team/matias-lopez-iglesias-coordinador/

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA:

La asignatura está inscrita dentro de la materia 6 “MATERIA: Creatividad e innovación en comunicación publicitaria y relaciones públicas “ en el Semestre 1º del Curso 3º. Dentro del Grado de Comunicación Audiovisual, la asignatura de Diseño gráfico está enmarcada dentro de la materia 6: Técnicas y Procesos de la Creación Audiovisual: Guion, Realización y Postproducción. Se imparte en el primer Semestre del Tercer curso.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:

1. Aspectos básicos del diseño
 1. Principios básicos del diseño. diseño y narrativa digital

2. Funcionamiento de la representación visual.
2. **Conceptos de imagen.**
 1. El concepto y las ideas.
 2. La percepción del mensaje. Denotación y connotación.
3. **El proceso de diseño.**
 1. El proceso mental del diseño.
 2. EL proceso creativo. Método de trabajo.
 3. La plasmación del mensaje. Técnicas.
4. **La imagen.**
 1. Representación visual de la información: Los elementos del diseño.
 2. Infografía y efectos visuales, La ilustración.
 3. Usos de la imagen: vídeo arte, arte multimedia e interactivo.
5. **Color. : EL proceso creativo. Método de trabajo. La plasmación del mensaje. Técnicas**
 1. La descripción del color. Características básicas del color.
 2. Mezcla de colores. Armonías de color. Espacios de color. Usos, simbología y significado del color
6. **Las formas.**
 1. 10ª Semana: Estrategias de mercado, participación y modelos de los relatos digitales.
 2. Diseño de Logotipos: Iconos, símbolos y signos: Isotipo, Logotipo, Imagotipo e Isologo
7. **La tipografía.**
 1. Importancia de los tipos. Elementos tipográficos. Las familias tipográficas.
 2. El equilibrio tipográfico: Bloques de texto, cuerpo de texto.
 3. Reglas básicas para escoger una tipografía.
8. **Estética y composición.**
 1. Organización del espacio.
 2. Visualización, plataformas digitales y engagement rate.

OBSERVACIONES DEL CONTENIDO DE LA ASIGNATURA:

El alumno debe tener conocimientos previos tanto de cuestiones estéticas, de análisis de la imagen, como de lenguaje informático. Así como unos conocimientos mínimos de programas de tratamiento de imágenes de mapa de bits.

IMPORTANCIA DE LA ASIGNATURA PARA EL ÁMBITOPROFESIONAL

El diseño gráfico tiene como finalidad estructurar mensajes, y en el caso de comunicación con objetivos comerciales claros y definidos, a través de la disposición e integración de formas, texturas y colores que se traduzcan en comunicación eficaz y orientada al público al que va dirigida. Con el diseño gráfico se crean piezas destinadas a ser impresas en diversos medios. Y también juega un papel esencial en la creación de toda la estructura sobre la cual se construye una marca, la imagen corporativa o identidad visual. El Diseño Gráfico es algo mucho más complejo que el simple manejo de formas y colores. El alumno deberá conocer en profundidad al público objetivo, desde un punto de vista psico-fisiológico para entender los procesos cognoscitivos, preceptuales y emocionales que operan en el receptor, los mismos que la diferencia entre un mensaje técnicamente correcto de otro que comprende la mente delreceptor

RECURSOS DE APRENDIZAJE:

Los conceptos teóricos se impartirán mezclados con la realización de prácticas en clase. El aprendizaje de los conceptos debe ser de manera aplicada dando prioridad al manejo de herramientas de diseño y maquetación. En este sentido elsoftware que se usará será variado, Se aconseja el entorno Adobe. Programas básicos:

- Photoshop (para retoque fotográfico).
- Illustrator (Para diseño vectorial).
- InDesign (para maquetación).

COMPETENCIAS BÁSICAS:

- CB2. Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área 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
- CG06. Capacidad para adaptarse al entorno y a nuevas situaciones
- CG08. Capacidad para ejercer con responsabilidad, autonomía, independencia y compromiso ético en la práctica profesional
- CG09. Capacidad para comunicar imágenes, ideas o símbolos
- CG10. Capacidad para aplicar los conocimientos a la práctica

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- CE18. Capacidad para integrar conocimientos artísticos heterogéneos en la elaboración o creación de nuevos contenidos
- CE76. Capacidad para dar forma creativa al mensaje, tanto en la realización de las piezas publicitarias básicas como en la supervisión de su producción definitiva
- CE81. Capacidad para conocer y manejar los principales formatos y soportes mediáticos
- CE82. Capacidad para conocer los procesos de marketing relacional y sus técnicas específicas: posicionamiento, segmentación, procedimientos de análisis y medición de la eficacia

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- Manejar profesionalmente las herramientas informáticas existentes para el desarrollo del ámbito de diseño publicitario. Adquiriendo un sólido conocimiento teórico sobre los fundamentos del diseño
- Utilizar con destreza y habilidad el manejo de los programas de diseño y edición digital más utilizados en el mundo laboral.
- Aplicar los conocimientos previos tanto de cuestiones estéticas, de análisis de la imagen, como de lenguaje informático.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- Wucius Wong (2014): Fundamentos del diseño .. Gustavo Gili. ISBN: 9788425216435; 9788425227417
- Matías López Iglesias (2012): Manual de diseño gráfico. . Servicio de publicaciones de la UEMC. . ISBN: ISBN: 9788493972943
- Sergio Baeza Morillo y Rosa Martín Alonso (2020): Diseño y elaboración de material de comunicación. Marcombo. ISBN: 9788426728395 Varios autores (2012): Geometrix : new trends in graphic design . . . Promopress. ISBN: ISBN: 9788492810598
- Jesús García Yruela (2010): Tecnología de la comunicación e información escrita : antecedentes, el "principio Gutenberg", tipografía, diseño periodístico : información digital. . Síntesis. . ISBN: 8497561244

- Emilio Gil (2008): : diseño gráfico para la comunicación pública . . Editorial Círculo de Bellas Artes. . ISBN: 978-84-87619-27-4
- Rafael Ráfols y Antoni Colomer (2003): El diseño audiovisual. . Gustavo Gili. . ISBN: ISBN: 8425215382
- Pablo del Río Pereda (1996): Psicología de los medios de comunicación : hacia el diseño sociocultural en comunicación audiovisual. . . Síntesis. ISBN: ISBN: 84-7738-391-X

WEBS DE REFERENCIA:

Web / Descripción

[Página web de Adobe](http://www.adobe.es)(<http://www.adobe.es>)

Servicio de Adobe que da a los usuarios acceso a los programas de diseño gráfico, edición de video, diseño web y servicios en la nube.

OTRAS FUENTES DE REFERENCIA:

Cassia P. Kesler . (2025).: *Guía del usuario de Adobe Illustrator 2025: Tu manual completo para dominar el diseño vectorial, crear logotipos, gráficos e ilustraciones impresionantes, desde principiante hasta profesional..* Aishat Ibironke Mustapha

Collins, A. (2026). *Adobe Creative Cloud fácil para principiantes (2026): Una guía práctica para Photoshop, Illustrator, Premiere Pro y flujos de trabajo modernos.* Nigeria: Collins, Andrew.

Montes Rojas, J. González Vélez,ML y Castelló P. (2025). *Metodología de investigación en diseño gráfico desde un enfoque sustentable. Del problema a la solución.* (2025). (n.p.): Editorial Fontamara S. A. de C. V..

Carrillo Garrido, A. (2025). Preparación de proyectos de diseño gráfico. ARGG0110. España: IC Editorial.

Castillo, R. (2026). *Adobe Creative Cloud Pro Guía del Usuario 2026-2027: Domina Photoshop, Illustrator, Premiere y Más –Herramientas, Técnicas y Flujos de Trabajo para Diseñadores, Fotógrafos y Principiantes.* https://books.google.es/books?id=X-zkEQAAQBAJ&newbks=0&dq=dise%C3%B1o+grafico+adobe&hl=es&source=gbs_navlinks_s

Inglis, T. (2024). *Diseño gráfico: La guía definitiva del diseño contemporáneo y su historia.* : Blume. https://www.google.es/books/edition/Dise%C3%B1o_gr%C3%A1fico/Ip75EAAAQBAJ?hl=es&gbpv=0

Moreno Company, R. M. (2024). *Curso de Marketing Digital. Cómo elaborar y ejecutar un plan de marketing digital.* España: RA-MA S.A. Editorial y Publicaciones.

Lupton, E. (2010): *Pensar con tipos: Una guía para diseñadores, escritores, editores y estudiantes.* Gili. ISBN: 9788425235412

Lupton, E. (2015): *Graphic Design: The New Basics* . Princeton Architectural Press. . ISBN: 9781616893323

Amheim, R (2006): *Arte y percepción visual: Psicología del ojo creador* . Alianza Editorial. ISBN: 978-8420678740

Frascara, Jorge (2008): *Diseño gráfico para la gente: comunicaciones de masa y cambio social.* Ediciones Infinito. ISBN: 9789879637029, 987963702X

Satué, Enric (2012): *El Diseño Gráfico, desde los orígenes hasta nuestros días.* Alianza. ISBN: ISBN:9788420609508, 8420609501

Williams, Robin (2008): *Diseño gráfico. Fundamentos.* Anaya Multimedia. ISBN: ISBN:9788441524521, 8441524521

WHELAN Bride M. (1992): *La armonía en el color, nuevas tendencias* . Somohano. ISBN: 8475094023, 9788475094021

Burdek, Bernard (1994): *Diseño. Historia, teoría y práctica del diseño* . Gustavo Gili. ISBN: ISBN:9788425216190, 8425216192

Frutiger, Adrián (2011): *Signos, Símbolos, marcas y señales.* Gustavo Gili. ISBN: ISBN:9789688872710, 9688872717

SOUGEZ, Marie-Loup y PÉREZ GALLARDO, H (2009): *Diccionario de historia de la fotografía.* Catedra. ISBN: ISBN:9788437625744, 8437625742

EGUIZÁBAL, Raúl (2001): *Fotografía publicitaria.* Cátedra. ISBN: ISBN:9788437619194, 843761919X

Gil, Pablo (2022): *Fotografía de producto y publicitaria.* Anaya Multimedia. ISBN: ISBN:9788441546967, 8441546967

- Ambrose, G., & Harris (2011): Basics Design 01: Composición. AVA Publishing. . ISBN: ISBN 13: 9782940373345
- Arnheim, R (2006): Arte y percepción visual: Psicología del ojo creador (. Alianza Editorial. . ISBN: ISBN-13 : 978-8420678740
- Itten, J. (2013): El arte del color: La subjetividad en la percepción del color . Gustavo Gili. . ISBN: ISBN/EAN: 9788425232848
- Munari, Bruno (2015): Design as Art. Penguin Books. ISBN: ISBN: 9780141035819
- Guarinos Galán, V., Sedeño Valdellós A.M. y Gómez Tarín, F.J. (2013): Narrativas audiovisuales digitales: convergencia de medios, multiculturalidad y transmedia . Fragua. ISBN: ISBN: 978-84-7074-587-4

PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

METODOLOGÍAS:

MÉTODO DIDÁCTICO:

La asignatura comenzará con la aplicación de unos conceptos teóricos iniciales (clase presencial teórica), impartidos por el profesor. Al final de cada unidad se sugerirán algunos ejercicios relacionados con la materia impartida.

MÉTODO DIALÉCTICO:

Se fomentará la participación de los alumnos en las actividades y la intervención de éstos a través del diálogo y de la discusión crítica (interacción, grupos de trabajo, etc.). Utilizando este método el alumno adquiere conocimiento mediante la confrontación de opiniones y puntos de vista. El papel del profesor consiste en proponer temas referidos a la materia objeto de estudio para, posteriormente, evaluar el grado de comprensión que han alcanzado los alumnos.

MÉTODO HEURÍSTICO:

La metodología empleada principalmente heurística. En esta asignatura los estudiantes llevarán a cabo distintos proyectos y actividades. Para ello desarrollarán y aplicarán los conceptos adquiridos y usarán los recursos a su alcance.

CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

La docencia y la evaluación en la asignatura se desarrollarán de forma presencial.

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.

PLANIFICACIÓN ESTIMADA DE LA ASIGNATURA

- 1ª Semana: Aspectos básicos. diseño y narrativa digital.. Principios básicos del diseño. Funcionamiento de la representación visual.
- 2ª Semana: Conceptos de imagen. El concepto y las ideas. La percepción del mensaje. Denotación y connotación. El proceso mental del diseño.
- 3ª Semana: creación y diseño Creación De contenidos. Del contenido al continente. La semiótica del diseño. La profesión del diseñador: técnico, o artesano.
- 4ª Semana: Relato digital: El proceso de diseño. EL proceso creativo. Método de trabajo. La plasmación del mensaje. Técnicas.
- 5ª Semana: Entornos de trabajo. Útiles de trabajo. Software. Herramientas y aplicaciones.
- 6ª Semana: Representación visual de la información: La imagen. Los elementos del diseño..
- 7ª Semana: Infografía y efectos visuales, La ilustración. Usos de la imagen:vídeo arte, arte multimedia e interactivo.
- 8ª Semana: Color. La descripción del color. Características básicas del color.
- 9ª Semana: Mezcla de colores. Armonías de color. Espacios de color. Usos, simbología y

significado del color.

- 10ª Semana: Estrategias de mercado, participación y modelos de los relatos digitales.
- 11ª Semana: Diseño de Logotipos: Iconos, símbolos y signos: Isotipo, Logotipo, Imagotipo e Isologo
- 12ª Semana: La tipografía. Importancia de los tipos. Elementos tipográficos. Las familias tipográficas.
- 13ª Semana: El equilibrio tipográfico: Bloques de texto, cuerpo de texto. Reglas básicas para escoger una tipografía.
- 14ª Semana: Estética y composición. Organización del espacio.
- 15ª Semana: Visualización, plataformas digitales y engagement rate.
- 16ª Semana: Seminarios tutoriales.
- 17ª Semana: Evaluaciones.
- 18ª Semana: Evaluaciones.

Frecuencia: los trabajos se realizarán progresivamente a lo largo del curso.

Tutorías académicas grupales: Las únicas tutorías de este tipo serán las recogidas en la semana amarilla de preparación para la convocatoria ordinaria y extraordinaria (4 horas por asignatura entre las dos convocatorias).

Tutorías individuales: Viene marcado en Datos del profesor "Horarios de Tutorías"

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: Diseño de un cartel de cine.				X												X	X	X
Práctica 2. Creatividades de Productos.								X								X	X	X
Práctica 3 Logotipos													X			X	X	X
Práctica 4 Porfolio de trabajos de clase															X	X	X	X
Prueba final teórico práctica.															X	X	X	X

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA ORDINARIA:

Todas las actividades y evaluaciones han de estar aprobadas individualmente. Se considerará la asignatura como suspensa si al menos una de las partes no ha sido superada. La evaluación final será la suma de las notas obtenidas, pero no se hará media si la nota de alguna es menor a 5 siendo la nota definitiva la de menor puntuación. Es decir: todas las notas parciales han de estar aprobadas para superar la asignatura.

- 20% Ejecución de prácticas (20%). **Práctica 1:** Diseño de un cartel de cine.
- 20% Ejecución de prácticas (10) + Pruebas orales (10%) . **Práctica 2.** Creatividades de Productos.
- 20% Ejecución de prácticas (20%) . **Práctica 3** Logotipos.
- 20% Ejecución de prácticas (15%) + Técnicas de observación (5%). **Práctica 4** Porfolio de trabajos de clase.
- 20 % Pruebas escritas (20%). **Práctica 5.** Prueba final teórico práctica.

Entrega de trabajos:

Es necesario realizar todos los ejercicios, incluidos los trabajos prácticos realizados en clase, para poder superar la asignatura. El alumnado que, por cualquier circunstancia, no realice una práctica de clase, deberá ser finalizada en casa y entregada en el portfolio. La entrega fuera de plazo o la no presentación de cualquier trabajo supondrá la calificación de "No Presentado".

Todo trabajo no realizado o suspenso deberá ser repetido en una nueva convocatoria. Aquellos alumnos con trabajos aprobados que deseen subir nota podrán repetir dichos trabajos en nuevas convocatorias, siempre bajo el visto bueno del profesor.

Los usos indebidos:

Tanto **dispositivos propios** del alumno (portátiles, tablets y Movil) y del resto de recursos de la clase deberán ser usados dentro del ámbito de la asignatura. Su uso no autorizado, será penalizado con trabajos extra. Si se observa alumnos jugando o navegando, pendientes del teléfono, leyendo el correo, chateando en redes sociales,

etcétera, sin permiso del profesor, serán penalizados con trabajos extra y merma en la nota de Técnicas de observación (TO).

Uso inadecuado de inteligencia artificial: El uso inapropiado, entrega de trabajos íntegramente o principalmente generados por IA sin aporte, autoría o reflexión crítica del estudiante, tendrá una calificación de 0.

El **plagio** de trabajos, o la realización de trabajos por terceras personas, será motivo de suspenso. En caso de ayuda o autoría compartida deberá ser informado previamente a la entrega al profesor para que dé otorgue el visto bueno.

El día fijado con la fecha de "**prueba final**" se realizará una prueba de respuesta larga de desarrollo. Teórico/práctica.

Esta evaluación será válida tanto para la convocatoria ordinaria como para la extraordinaria. Es decir, en las convocatorias extraordinarias o posteriores a la ordinaria del curso, el alumno tendrá que entregar distintos trabajos que engloben los conceptos de toda la asignatura.

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

El sistema de evaluación de la convocatoria consistirá en entregar todos los trabajos no presentados o pruebas no superadas en la convocatoria ordinaria. Teniendo que superar individualmente cada una de ellas.

Todas las actividades y evaluaciones han de estar aprobadas individualmente. Se considerará la asignatura como suspensa si al menos una de las partes no ha sido superada. La evaluación final será la suma de las notas obtenidas, pero no se hará media si la nota de alguna es menor a 5 siendo la nota definitiva la de menor puntuación. Es decir: todas las notas parciales han de estar aprobadas para superar la asignatura.

- 20% Ejecución de prácticas (20%). **Práctica 1:** Diseño de un cartel de cine.
- 20% Ejecución de prácticas (10) + Pruebas orales (10%) . **Práctica 2.** Creatividades de Productos.
- 20% Ejecución de prácticas (20%) . **Práctica 3** Logotipos.
- 20% Ejecución de prácticas (15%) + Técnicas de observación (5%). **Práctica 4** Porfolio de trabajos de clase.
- 20 % Pruebas escritas (20%). **Práctica 5.** Prueba final teórico práctica.

Entrega de trabajos:

Es necesario realizar todos los ejercicios, incluidos los trabajos prácticos realizados en clase, para poder superar la asignatura. El alumnado que, por cualquier circunstancia, no realice una práctica de clase, deberá ser finalizada en casa y entregada en el portfolio. La entrega fuera de plazo o la no presentación de cualquier trabajo supondrá la calificación de "No Presentado".

Todo trabajo no realizado o suspenso deberá ser repetido en una nueva convocatoria. Aquellos alumnos con trabajos aprobados que deseen subir nota podrán repetir dichos trabajos en nuevas convocatorias, siempre bajo el visto bueno del profesor.

Los usos indebidos:

Tantos **dispositivos propios** del alumno (portátiles, tablets y Movil) y del resto de recursos de la clase deberán ser usados dentro del ámbito de la asignatura. Su uso no autorizado, será penalizado con trabajos extra. Si se observa alumnos jugando o navegando, pendientes del teléfono, leyendo el correo, chateando en redes sociales, etcétera, sin permiso del profesor, serán penalizados con trabajos extra y merma en la nota de Técnicas de observación (TO).

Uso inadecuado de inteligencia artificial: El uso inapropiado, entrega de trabajos íntegramente o principalmente generados por IA sin aporte, autoría o reflexión crítica del estudiante, tendrá una calificación de 0.

El **plagio** de trabajos, o la realización de trabajos por terceras personas, será motivo de suspenso. En caso de ayuda o autoría compartida deberá ser informado previamente a la entrega al profesor para que dé otorgue el visto bueno.

El día fijado con la fecha de "**prueba final**" se realizará una prueba de desarrollo: Teórico/práctica.

Esta evaluación será válida tanto para la convocatoria ordinaria como para la extraordinaria. Es decir, en las convocatorias extraordinarias o posteriores a la ordinaria del curso, el alumno tendrá que entregar distintos trabajos que engloben los conceptos de toda la asignatura.

SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE (%)
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	20%
Pruebas orales	10%
Trabajos y proyectos	30%
Pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas	35%
Técnicas de observación	5%