

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

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

ASIGNATURA : Diseño, Creatividad y Nuevas Narrativas Digitales (3267)

TIPO DE ASIGNATURA : Práctica

MODALIDAD : Presencial

CURSO ACADÉMICO: 2026-2027

GRUPO: 2627-M1

CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales

CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Obligatoria (OB)

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, Mediterranea, 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 Ciencia, 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: Raíces, 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-lópez-iglesias-b1513428](https://www.linkedin.com/in/matias-lópez-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/

RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

GRANDES COMPETENCIAS :

- GC3 - Competencia para la competencia digital . Conocer, analizar, criticar y aplicar el potencial digital y sus posibilidades creativas en la difusión y elaboración de contenidos de calidad, la búsqueda de información y las estrategias de colaboración y comunicación.

- GC6 - Competencia para el emprendimiento y la innovación. Analizar y valorar el entorno empresarial, institucional y de las organizaciones, identificando necesidades de adaptación del mercado comunicativo y oportunidades de innovación; elaborar y liderar estrategias de cambio o emprendimiento, valorando adecuadamente riesgos y fortalezas.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE :

El alumno será capaz de:

- CO3.1 - Conocer los elementos, técnicas y estrategias de la comunicación digital.
- CO3.2 - Comprender el potencial y el contexto de la comunicación digital para el desempeño de la publicidad y las relaciones públicas
- CT3.1 - Desarrollar la capacidad de liderazgo y toma de decisiones en el entorno digital desde una actitud responsable.
- HD3.1 - Aplicar las tecnologías digitales al ámbito de la comunicación digital.
- SC3.1 - Interpretar y valorar los avances tecnológicos digitales para su uso en la comunicación.
- SC3.2 - Desempeñar la comunicación digital atendiendo a su potencial creativo y de calidad.
- CO6.1 - Conocer el entorno mediático, científico-tecnológico, económico, político y social para el emprendimiento.
- CO6.2 - Comprender el mercado comunicativo y sus oportunidades para la innovación.
- CT6.1 - Desarrollar la capacidad de liderazgo y toma de decisiones de emprendimiento e innovación, desde una actitud ética.
- HD6.1 - Analizar las necesidades de innovación del mercado comunicativo.
- SC6.1 - Identificar e interpretar las oportunidades de emprendimiento en el ámbito de publicidad y las relaciones públicas.

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA :

La asignatura Diseño, creatividad y nuevas narrativas digitales pretende aportar al alumno conocimientos básicos en materia de diseño y narrativa audiovisual. Todo ello, conociendo y valorando su posterior visualización en plataformas digitales.

CONTENIDOS MÍNIMOS :

Conceptos de imagen, diseño y narrativa digital.

Relato digital: creación y diseño.

Representación visual de la información: Infografía y efectos visuales, vídeo arte, arte multimedia e interactivo.

Estrategias de mercado, participación y modelos de los relatos digitales.

Visualización, plataformas y engagement rate.

RECURSOS DE APRENDIZAJE :

- **Recursos didácticos:** Casos, Recursos multimedia
- **Recursos tecnológicos :** Plataformas de aprendizaje en línea, Software especializado, Herramientas de comunicación
- **Recursos interactivos :** Simulaciones y modelos
- **Recursos audiovisuales:** Vídeos y podcast

OBSERVACIONES DEL CONTENIDO DE LA ASIGNATURA:

La asignatura combina teoría y práctica intensiva, con especial énfasis en la creación de narrativas digitales visualmente impactantes y coherentes mediante herramientas de diseño gráfico profesional. Se fomenta el pensamiento artístico, la creatividad y la aplicación de conceptos teóricos del diseño (imagen, color, tipografía, composición, semiótica) a la resolución de problemas de comunicación visual en entornos digitales. El alumno debe tener conocimientos previos básicos de estética, análisis de imagen y manejo elemental de herramientas digitales. El uso de Adobe Creative cloud como herramienta principal permite desarrollar competencias técnicas

específicas y un portafolio de trabajos prácticos. La asignatura se adapta a las necesidades del Grado en Comunicación Audiovisual, Publicidad y RR.PP. y Periodismo integrando el diseño gráfico en la creación de contenidos audiovisuales y narrativas digitales interactivas.

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: 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: 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: 8425215382
- Pablo del Río Pereda (1996): Psicología de los medios de comunicación : hacia el diseño sociocultural en comunicación audiovisual. Síntesis. ISBN: 84-7738-391-X

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/lp75EAAAQBAJ?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

Arnheim, 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: 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
- Amheim, 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

TIPO DE ASIGNATURA :

Práctica

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.

ACTIVIDADES FORMATIVAS :

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	EF	¿Se evalúa en CO?	Sistema evaluación	¿Se mantiene en CE?	Convocatoria extraordinaria
Ejecución de prácticas (EP). Práctica 1: Diseño de un cartel de cine.			X														X	Ejecución de prácticas:20%	X	
Ejecución de prácticas y su defensa oral (EP+OP). Práctica 2. Creatividades de Productos								X									X	Pruebas orales:10% Ejecución de prácticas:10%	X	
Ejecución de prácticas (EP). Práctica 3 Reproducción de Logotipos.													X				X	Ejecución de prácticas:20%	X	
Ejecución de prácticas y observación (EP+TO). Portafolio. Práctica 4 Portafolio de trabajos de clase.															X		X	Ejecución de prácticas:15% Técnicas de observación:5%	X	

Actividad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	EF	¿Se evalúa en CO?	Sistema evaluación	¿Se mantiene en CE?	Convocatoria extraordinaria
Pruebas escritas (PE). Prueba final. Pruebas práctica de, de desarrollo aplicado. Prueba final teórico práctica.																X	X	Pruebas escritas:20%	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 (10%) + 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 y entregada en la Práctica 4 "Porfolio de trabajos de clase". La entrega fuera de plazo o la no presentación de cualquier trabajo supondrá la calificación de "No Presentado".

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

Los usos indebidos:

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:

Tipo de asignatura	Pruebas escritas	Pruebas orales	Ejecución práctica	Técnicas de observación
Práctica	20 %	10 %	65 %	5 %