

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Sistemas y Procesos de la Publicidad y de las Relaciones Públicas

PLAN DE ESTUDIOS: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

GRUPO: 1920-01

CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales

CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Obligatorio

ECTS: 6,0

CURSO: 4º

SEMESTRE: 1º Semestre

IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:

Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

DATOS DEL PROFESOR

NOMBRE Y APELLIDOS: Maria Cristina Cañamero Alvarado

EMAIL: mccanamero@uemc.es

TELÉFONO: 983 00 10 00

CV DOCENTE:

- Licenciada en Historia por la UAM del año 2000
- Doctora por la Facultad de Comunicación por la UCJC en el año 2012

Docente desde el curso académico 2001-2002 hasta la extinción de los títulos de licenciatura impartiendo Historia del Periodismo, Historia General de la Imagen y Teoría de la Imagen en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad.

Desde la implantación de los Grados en el EEES docente en las materias de Teoría e Historia de los Géneros Cinematográficos, Historia de los Medios, Historia del Cine, en distintos centros como UCJC o UEMC.

Tutora de Trabajos Final de Grado en los diferentes estudios de Comunicación y Humanidades, así como de Trabajo Finales de Máster, en escuelas de Negocio como EAE o ID Digital School, y centros de estudios universitarios UCJC y URJC.

Experiencia en online:

2014-Actualmente, docencia en grado de Protocolo y Organización de Eventos de la UCJC, en dos de mis áreas de especialización: Historia de los Medios y Trabajo Final de Grado.

2015-Actualmente, dirección de Trabajos Finales en el Máster de Dirección de Eventos y Protocolo de la UCJC

2015-Actualmente, dirección de Trabajos Finales en el Máster de Marketing Digital y Redes Sociales de la ID Digital School.

CV PROFESIONAL:

2012-2017, Coordinación Alumnos Facultad de Ciencias de la Comunicación UCJC, gestión de expedientes, convalidaciones,...

2014-2017 Dirección Máster Comunicación Corporativa EAE, impartiendo en el mismo docencia en la Investigación y TFM

2009-2014, Coordinación Actividades/Alumnos Facultad de Ciencias de la Comunicación UCJC, organización y gestión de Conferencias,

Seminarios, Visitas, Ponentes.

2008-2010, Coordinación Eventos ESAyT, (Escuela Superior de Arquitectura y Tecnología), UCJC, organización y

gestión de Conferencias,

Seminarios, Visitas, Certificados,.....

2005-2006 Secretaria Académica, Instituto de Innovación y Cultura Arquitectónica, INNCA, UCJC, realizando gestión administrativa y

académica, gestión de certificados, convalidaciones, horarios, profesorado,...

2002-2005, Secretaria Académica Departamento de Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales UCJC, realizando gestión administrativa y académica, gestión de certificados, convalidaciones, profesorado

CV INVESTIGACIÓN:

Miembro del grupo de investigación Geopolítica Iberoamericana, Sociedad Digital y Audiovisual (GISDA) de la Universidad Camilo José Cela

(UCJC).

2005. "Historia de la Gastronomía en Madrid", en calidad de investigadora, integrado en el Convenio de Colaboración entre la Comunidad de

Madrid y la Cátedra Ferran Adrià.

2014 Extremadura representada de los medios de comunicación. Intertextualidad y estereotipos. Revista Historia y Comunicación social. UCM,

N19 (EXTRA) Febrero 2014 2014. Madrid: Revistas Científicas Complutenses

2013 La crónica de sucesos. Evolución del género en el World Wide Web. ÁMBITOS

2013. "Intertextualidad Compositiva, representaciones iconográficas en Extremadura"
[http://www.revistafotocinema.com/index.php?](http://www.revistafotocinema.com/index.php?journal=fotocinema)

journal=fotocinema

2013. Miradas a las Pantallas en el bolsillo, cap. Twitter: el mitin del siglo XXI. Uso de las redes sociales en la transmisión de las ideas políticas.

2011. "Orbis Tertius", artículo coautora "La imagen en Gonzalo Torrente Ballester" 2011

2010. "Quademos de Criminología", artículo coautora "La utilización de la Fotografía en la Investigación Técnico Policial" número 10

2006/08. Miembro del Comité Editorial de la revista de Arquitectura: "ENCUENTRO Carpeta de Apuntes para Arquitectura"

Lenguajes y persuasión: Nuevas creaciones narrativas 978-84-15705-20-8. COORDINADOR: David Capdevilla. Cañamero, Cristina Pp. 37,

IV. Recreación y creación de imágenes en los medios

Languages and persuasion: New narrative creations 978-1-312-18811-2 COORDINADOR: David Capdevilla. Cañamero, Cristina Pp. 37,

IV. Recreation and creation of images in the media.

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA:

El alumnado conocerá los elementos que articulan los procesos de la publicidad y de las relaciones públicas a partir del conocimiento teórico práctico del mensaje los métodos de influencia y persuasión en el público objetivo.

Igualmente, el grupo de estudiantes pondrá en práctica los conocimientos aprendidos sobre la planificación de campañas de relaciones públicas y de publicidad, a partir de la observación de organizaciones que desarrollan procesos de trabajo en esta dirección, de manera que el alumnado tome parte activa de esas funciones y analice la realidad empresarial que le rodea. También en esta línea se analizarán casos reales de proyectos o empresas que giren en torno a las relaciones públicas especializadas, así como el desarrollo de trabajos prácticos que enfatizan en la importancia de Internet y la Web 2.0 en el seno de las organizaciones.

CONOCIMIENTOS Y DESTREZAS PREVIAS.

La asignatura se apoya en conocimientos previos como organización de empresas y marketing principalmente.

Es recomendable que el alumnado tenga conocimientos previos amplios sobre teoría de la comunicación y básicos en marketing y relaciones públicas. Además, es conveniente que el estudiante tenga conocimientos en Historia Política y Social Contemporánea, Movimientos Artísticos Contemporáneos, Teoría General de la Publicidad y Teoría de la Imagen.

CONTEXTUALIZACIÓN DE LA ASIGNATURA.

La asignatura está integrada en la materia 5 del grado de Publicidad y Relaciones Públicas, Estrategias de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas. La asignatura es de carácter obligatorio y se imparte en 4º curso del Grado Publicidad y Relaciones Públicas. Alcanza un total de 6 créditos ECTS.

Contiene un enfoque práctico profesional muy importante, aunque este enfoque debe ir acompañado de sesiones teóricas que introduzcan los proyectos a realizar por el alumnado.

IMPORTANCIA DE LA ASIGNATURA PARA EL ÁMBITO PROFESIONAL.

La asignatura capacita al alumnado para elaborar un mensaje que cumpla los objetivos de impacto previamente fijados, y que llegue de forma óptima al público objetivo segmentado.

De igual modo, el estudiante se inicia en la práctica profesional de la planificación de medios o de elaboración de una campaña de relaciones públicas a partir del análisis de empresas reales que desarrollen tareas en ambas líneas de trabajo. A ello debemos añadir la puesta en marcha de proyectos prácticos que capaciten al alumnado para desarrollar trabajos de publicidad y relaciones públicas en el seno de organizaciones de distinta índole (ONG, instituciones públicas y políticas, etc.).

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:

1. **Sistemas y procesos de la Publicidad y de las Relaciones Públicas**
 1. Introducción a la publicidad como sistema y proceso comunicativo
 2. El sujeto del sistema publicitario. El anunciante
 3. La Agencia de Publicidad: la emisora del mensaje publicitario
 4. La planificación en RRPP: La agencia de RR. PP y los modelos de comunicación
 5. La planificación estratégica en Relaciones Públicas
 6. Las agencias de medios y la investigación publicitaria en España
 7. Internet y nuevas tecnologías en el contexto de la Publicidad y las RR.P

RECURSOS DE APRENDIZAJE:

Los recursos de aprendizaje que se utilizarán en todas las asignaturas de la titulación (salvo las prácticas externas) para facilitar el proceso de enseñanza-aprendizaje, son:

- Campus online de la UEMC (Open Campus)
- Plataforma de Webconference (Adobe Connect)

Las comunicaciones con el profesor serán a través de Open Campus vía Mi correo, Tablón o/y Foro.

Para la asignatura de prácticas externas:

Los estudiantes tendrán acceso a toda la información sobre Prácticas Externas a través del Portal de Empleo y Prácticas de la UEMC (<https://empleo.uemc.es/>) creado a tal efecto y a través del cual se gestionarán todos los procesos administrativos fijados por el Centro de Empleo y Carrera Profesional (CEMCAP): selección, validación, firma de documentación, entrega de memoria, etc.

Además del acceso al Tutor Académico de Prácticas y al de la Empresa tendrán a su disposición al CEMCAP que les proporcionará el asesoramiento necesario para facilitar y realizar las Prácticas externas. Los estudiantes se comunicarán con el CEMCAP a través del correo electrónico (cemcap@uemc.es) y el teléfono (983 00 1000 Ext. 12463).

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

COMPETENCIAS GENERALES:

- CG01. Capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico
- CG02. Capacidad para trabajar en equipo
- CG03. Capacidad de liderazgo, iniciativa y espíritu emprendedor
- 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
- CG07. Capacidad para conocer las culturas y costumbres de otros países, para apreciar la diversidad y multiculturalidad y respetar los derechos humanos universales
- 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:

- 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
- CE27. Capacidad para conocer desde un punto de vista teórico y práctico los procesos y estructuras organizativas de la publicidad y de las relaciones públicas
- CE30. Capacidad y habilidad para el ejercicio liberal de la profesión, prestando asesoramiento a agencias de comunicación o a sus clientes
- CE33. Capacidad y habilidad para establecer el plan de comunicación, fijar los objetivos, definir el público objetivo, plantear estrategias y controlar el presupuesto de comunicación
- CE34. Capacidad y habilidad para ser responsable del área de comunicación de un organismo o empresa y establecer contactos con los diferentes públicos, tanto internos como externos
- CE47. Capacidad para investigar y analizar fenómenos y procesos de comunicación para todo tipo de organizaciones públicas y privadas, así como ser especialistas en tareas de asesoría, consultoría y mediación

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- Diseñar, ejecutar, supervisar y reportar adecuadamente una campaña compleja de RRPP. La dimensión práctica de esta asignatura se completa con el estudio de casos prácticos que aportarán capacidad ejecutiva en la correcta administración de los problemas de RRPP.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- Barquero, J.D (2000): Manual de Relaciones Públicas empresariales e institucionales . Gestión . ISBN: 9788480880244
- Gómez Nieto, Begoña (2017): Fundamentos de la publicidad . ESIC. . ISBN: 9788416701612
- García Uceda, Mariola (2017): Las claves de la publicidad . ESIC. . ISBN: 9788473562928

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- Arceo Vacas, J.L (2004): Organización, Medios y Técnicas en Relaciones Públicas. . McGraw-Hill. . ISBN: 9788448141837
- Balandrón Pazos, Antonio J., MartínNierto, Rebeca y Martínez Pastor, Esther (2010): Para comprender la publicidad, las RR.PP. y la comunicación audiovisual. . Tirantlo blanch.. ISBN: 9788498767186
- Wilcox, Dennis L., Cameron, GlenT. y Xifra, J (2012): Relaciones públicas: estrategias y tácticas.. . Pearson educación . ISBN: 9788483228135
- Bustínduy, I (2010): La comunicación interna en las organizaciones 2.0 . UOC . ISBN: 9788490292037

WEBS DE REFERENCIA:

Web / Descripción

[Descripción Advertising Age](http://www.adage.com) (<http://www.adage.com>)

Página de la revista

[ADECEC](http://www.adecec.com/)(<http://www.adecec.com/>)

Página de la Asociación española de empresas consultoras en comunicación y relaciones públicas

[DIRCOM](http://www.dircom.org/)(<http://www.dircom.org/>)

Página de la Asociación de Directivos de Comunicación

OTRAS FUENTES DE REFERENCIA:

Aced Toledano, Cristina (2013): Relaciones Públicas 2.0. Cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital. Barcelona: UOC.

ADECEC (2003), 40 éxitos en comunicación, Pearson Prentice Hall, Madrid.

Barquero, J.D. (2002), Comunicación y Relaciones Públicas. De los orígenes históricos al nuevo enfoque de Planificación Estratégica, McGraw-Hill, Madrid..

Lattimore, Dan... [et al.] (2008): Relaciones públicas: profesión y práctica. México D.F.: McGraw-Hill.

Túñez López, Miguel y Costa-Sánchez, Carmen (eds.) (2014): Comunicación corporativa: claves y escenarios. Barcelona: UOC

PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

METODOLOGÍAS:

La asignatura se imparte con un alto contenido práctico que mantiene un equilibrio entre las sesiones de videoconferencia en directo (que se utilizarán para presentar los contenidos teóricos previstos en cada uno de los temas de la asignatura), y las actividades de evaluación de continua a realizar por el alumno (entrega de trabajos, participación en debates, resolución de ejercicios, etc.) relacionadas directamente con esos contenidos.

MÉTODO DIDÁCTICO:

El papel del profesor cobra importancia a través de la impartición de clases magistrales en tiempo real por videoconferencia que podrá utilizar para explicar los contenidos teóricos, resolver dudas que se planteen durante la sesión, ofrecer retroalimentación sobre las actividades de evaluación continua o realizar sesiones de tutoría de carácter grupal.

MÉTODO DIALÉCTICO:

Se caracteriza por la participación de los alumnos en las actividades de evaluación continua de debate y la intervención de éstos a través del diálogo y de la discusión crítica (seminarios, 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 a través de Open Campus temas referidos a la materia objeto de estudio que son sometidos a debate para, posteriormente, evaluar el grado de comprensión que han alcanzado los alumnos.

MÉTODO HEURÍSTICO:

Este método puede desarrollarse de forma individual o en grupo a través de las actividades de evaluación continua

(entregas de trabajos, resolución de ejercicios, presentaciones, etc.). El objetivo es que el alumno asuma un papel activo en el proceso de aprendizaje adquiriendo los conocimientos mediante la experimentación y la resolución de problemas.

CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

Las ACTIVIDADES FORMATIVAS que se realizan en la asignatura son las siguientes:

Clases teóricas: Actividad dirigida por el profesor que se desarrollará de forma sincrónica en grupo. Para la realización de esta actividad en Open Campus, la UEMC dispone de herramientas de Webconference que permiten una comunicación unidireccional en las que el docente puede desarrollar sesiones en tiempo real con posibilidad de ser grabadas para ser emitidas en diferido.

Actividades prácticas: Actividades supervisadas por el profesor que se desarrollarán fundamentalmente de forma asíncrona, y de forma individual o en grupo:

- Actividades de debate. Se trata de actividades desarrolladas en el foro de Open Campus, en las que se genera conocimiento mediante la participación de los estudiantes en discusiones alrededor de temas de interés en las distintas asignaturas.
- Entregas de trabajos individuales o en grupo a partir de un enunciado o unas pautas de trabajo que establecerá el profesor.
- Resolución de ejercicios y problemas que el alumno debe realizar a través de Open Campus en un periodo de tiempo determinado. Esta actividad puede ser en formato test de evaluación.

Tutorías: Las tutorías podrán tener un carácter sincrónico o asíncrono y podrán desarrollarse de manera individual o en grupos reducidos.

Están previstas dos sesiones de tutoría por videoconferencia, una al inicio y otra al final del semestre. En la primera se presentará la asignatura y la guía docente y en la segunda, en las semanas previas a la evaluación final, se dedicará a la resolución de dudas de los estudiantes.

Además, el docente utiliza el Tablón, el Foro y el Sistema de correo interno de Open Campus para atender las necesidades y dudas académicas de los estudiantes.

SESIONES EN TIEMPO REAL

En la asignatura se planifican clases magistrales y tutorías a través de videoconferencias.

La asistencia a las videoconferencias no será obligatoria, pero si recomendable para un adecuado seguimiento de la asignatura, la comprensión de los materiales y el desarrollo óptimo de las actividades de aprendizaje. En cualquier caso, salvo circunstancias excepcionales, será posible acceder a ellas en diferido a las 48 horas máximo desde su celebración.

EVALUACIÓN CONVOCATORIA ORDINARIA:

Evaluación continua 60%

Evaluación final 40%

1. EVALUACIÓN CONTINUA

A lo largo de la planificación de la asignatura el alumno realizará **ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN CONTINUA** que forman parte de la calificación de la asignatura con un peso del 60% sobre la nota final.

Para superar la evaluación continua, el alumno debe obtener una media de igual o superior a 5 entre todas las actividades. En el caso de no superar la evaluación continua, se guardan para la convocatoria extraordinaria aquellas actividades aprobadas.

El sistema de evaluación de esta asignatura acentúa el desarrollo gradual de competencias y resultados de aprendizaje y, por tanto, se realizará una evaluación continua a través de las distintas actividades de evaluación propuestas. El resultado de la evaluación continua se calcula a partir de las notas obtenidas en cada actividad teniendo en cuenta el porcentaje de representatividad en cada caso.

Todas las actividades son obligatorias y deberán entregarse en las fechas previstas para ello, teniendo en cuenta:

- Las actividades de evaluación continua (entrega de trabajos) se desarrollarán según se indica y, para ser

evaluadas, los trabajos deberán ser entregados en la forma y fecha prevista y con la extensión máxima señalada. No se evaluarán trabajos entregados posteriormente a esta fecha o que no cumplan con los criterios establecidos por el profesor.

- La no entrega de una actividad de evaluación continua en forma y plazo se calificará con un 0 y así computarán en el cálculo de la nota de evaluación continua y final de la asignatura.
- Las actividades presentadas en grupo se evaluarán de forma grupal y por lo tanto la nota establecida será de aplicación a los miembros del grupo que hayan participado en su realización. Si un miembro del grupo no participa, se le evaluará con 0.
- La participación en los foros y debates vinculados a una actividad de evaluación continua se evaluará de forma individual o colectiva según se haya requerido la participación: el valor de las aportaciones, el número de aportaciones y respuestas en debate a las opiniones de los compañeros. Cualquier comentario aportado en el foro que suponga una falta de respeto a las opiniones de compañeros supondrá el suspenso de la evaluación continua de la asignatura. Además, cualquier tipo de copia o plagio por mínimo que sea, supondrá una calificación de 0 en la actividad correspondiente.
- Las actividades de evaluación continua (tipo test) se desarrollarán con anterioridad a la realización de las pruebas de evaluación parcial (solo para el caso de grados) y final de la asignatura

Los alumnos accederán a través de Open Campus a las calificaciones de las actividades de evaluación continua en un plazo no superior a 15 días naturales desde la fecha límite de entrega de la actividad conforme al calendario, excepto causas de fuerza mayor en cuyo caso se informará al alumno a través del Tablón.

2. EVALUACIÓN FINAL

La evaluación continua se complementará con una **EVALUACIÓN FINAL** que se realizará al finalizar el periodo lectivo en cada asignatura.

A. TITULACIONES DE GRADO:

La prueba constará de parte práctica y teórica, suponiendo un 40% de la calificación sobre la nota final.

La evaluación final de la asignatura se desarrollará del siguiente modo:

- A mitad de cada semestre se ofrece al alumno realizar de forma voluntaria un parcial para eliminar materia.
- Para eliminar la materia es necesario que el alumno lo supere al menos con un 5. En este caso, se le guardaría la nota del parcial hasta la convocatoria extraordinaria. El alumno sólo podrá presentarse a la segunda parte de la asignatura bien en convocatoria ordinaria o extraordinaria.
- En convocatoria ordinaria, la prueba final constará de dos exámenes (primera y segunda parte de la asignatura)
- En el caso de que el alumno hubiera superado y eliminado materia con el primer parcial, sólo se presentará a la segunda parte. Para superar la asignatura se hará la media siempre que en la segunda parte se obtenga al menos un 4 y la media supere el 5.
- En el caso de que el alumno no hubiera superado el primer parcial, se podrá presentar a ambas partes. Para superar la asignatura se hará la media de ambas partes siempre que se obtenga al menos un 4 en cada una y la media supere el 5.
- El alumno tendrá la posibilidad, siempre dentro de los tres días siguientes a la publicación de las notas, a renunciar a su calificación, y presentarse en la siguiente convocatoria
- El aplazamiento concedido por la Universidad para la realización de una evaluación final tendrá lugar en los periodos de evaluación previstos y comunicados el aula de asesoría personal de la titulación.

La nota final se corresponderá con la media aritmética del resultado obtenido en cada una de las partes. En caso de no superación, se guarda la parte aprobada para la convocatoria extraordinaria.

B. TITULACIONES DE MÁSTER

La evaluación continua se complementará con una **evaluación final online** que se realizará al finalizar el periodo lectivo en cada asignatura. Los exámenes serán eminentemente prácticos, de manera que los alumnos puedan disponer de los apuntes.

La prueba supondrá un 40% de la calificación sobre la nota final.

El alumno tendrá la posibilidad, siempre dentro de los tres días siguientes a la publicación de las notas, a renunciar a su calificación, y presentarse en la siguiente convocatoria

- El alumno tendrá la posibilidad, siempre dentro de los tres días siguientes a la publicación de las notas, a renunciar a su calificación, y presentarse en la siguiente convocatoria
- El aplazamiento concedido por la Universidad para la realización de una evaluación final tendrá lugar en los periodos de evaluación previstos y comunicados el aula de asesoría personal de la titulación.

3. NOTA GLOBAL

La **NOTA GLOBAL** de la asignatura se obtiene ponderando la calificación de la evaluación continua y de la evaluación final según los siguientes porcentajes, y debiendo tener aprobadas ambas partes, continua y final, para superar la asignatura.

Si un alumno no se presenta a la prueba de evaluación final, su calificación en la convocatoria será de “No presentado”, con independencia de que haya realizado alguna actividad de evaluación continua.

De igual modo si el alumno no entrega ninguna actividad de evaluación continua, obtendrá la calificación de “No presentado”, con independencia de que haya aprobado la prueba de evaluación final, en cuyo caso, se le guardaría su calificación para la convocatoria extraordinaria

Por otro lado, si un alumno se presenta tanto a la evaluación continua, como a la evaluación final, y suspende una de las dos partes, la nota final de la convocatoria será la nota de la parte suspensa, con independencia de la nota obtenida en la parte aprobada.

EVALUACIÓN CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

Evaluación continua 60%

Evaluación final 40%

1. EVALUACIÓN CONTINUA

Los estudiantes que no hayan superado la asignatura en la convocatoria ordinaria, porque hayan suspendido la nota final de las actividades de evaluación continua, podrán presentarse a las pruebas establecidas por el profesor en la convocatoria extraordinaria.

En convocatoria extraordinaria, el alumno solo podrá entregar las actividades de evaluación continua no superadas, guardándose la calificación de las aprobadas, siempre y cuando no haya obtenido una nota igual o superior a 5 en el conjunto de las actividades de evaluación continua, en cuyo caso, se guardarán las notas de todas las actividades.

2. EVALUACIÓN FINAL

Los estudiantes que no hayan superado la asignatura en la convocatoria ordinaria, porque hayan suspendido la evaluación final, podrán presentarse a la prueba de evaluación final establecida por el profesor en la convocatoria extraordinaria.

A. TITULACIONES DE GRADO:

- En convocatoria extraordinaria, la prueba final también constará de dos exámenes (primera y segunda parte de la asignatura)

- En el caso de que el alumno hubiera superado el parcial (al menos un 5) o una de las partes en convocatoria ordinaria (al menos un 5), esta calificación se mantiene para la extraordinaria, presentándose el alumno sólo a lo suspenso. Para superar la asignatura se hará la media entre lo aprobado en ordinaria y la calificación que haya sacado en extraordinaria siempre que se obtenga al menos un 4 y la media supere el 5.

- En el caso de que el alumno tuviera que presentarse a ambas partes, para superar la asignatura se hará la media siempre que se obtenga al menos un 4 en cada parte y la media supere el 5.

B. TITULACIONES DE MÁSTER

La evaluación continua se complementará con una **evaluación final online** que se realizará al finalizar el periodo lectivo en cada asignatura. Los exámenes serán eminentemente prácticos, de manera que los alumnos puedan disponer de los apuntes.

La prueba supondrá un 40% de la calificación sobre la nota final.

3. NOTA GLOBAL

En la convocatoria extraordinaria, la **nota global** de la asignatura se obtiene ponderando la calificación de la evaluación continua y de la evaluación final, de la misma forma que en la convocatoria ordinaria.

Al igual que en la convocatoria ordinaria, en la convocatoria extraordinaria es necesario superar tanto la evaluación continua como la evaluación final para aprobar la asignatura.

Si un alumno no se presenta a la prueba de evaluación final, su calificación en la convocatoria será de “No presentado”, con independencia de que haya realizado alguna actividad de evaluación continua.

De igual modo si el alumno no entrega ninguna actividad de evaluación continua, obtendrá la calificación de “No presentado”, con independencia de que haya aprobado la prueba de evaluación final.

Por otro lado, si un alumno se presenta tanto a la evaluación continua, como a la evaluación final, y suspende una de las dos partes, la nota final de la convocatoria será la nota de la parte suspensa, con independencia de la nota obtenida en la parte aprobada.

SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

| SISTEMA DE EVALUACIÓN | PORCENTAJE (%) |
|---|----------------|
| Escalas de actitudes | 10% |
| Pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas | 20% |
| Pruebas de respuesta corta | 20% |
| Pruebas de respuesta larga, de desarrollo | 20% |
| Pruebas objetivas | 10% |
| Trabajos y proyectos | 20% |