

Lenguaje escrito, audiovisual y publicitario

Grado en Organización de Eventos,
Protocolo y Relaciones Institucionales
2020-2021

www.protocoloimep.com

1_ DATOS DESCRIPTIVOS DE LA ASIGNATURA

NOMBRE DE LA ASIGNATURA	
Lenguaje escrito, audiovisual y publicitario	

CRÉDITOS	TIPO	CURSO	SEMESTRE
ECTS	Obligatoria	1º	Primero

Titulación	Grado en Organización de Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales
Centro	IMEP en C/ Arzobispo Loaces, 3
Aula teoría	Planta 3, Aula 2
Aula práctica	Planta 3, Aula 2
Idioma	Castellano

PROFESORADO	
Nombre	e-mail
Rocío Fernández	rocio.fernandez@protocoloimep.com

HORARIO		
Clase	Fecha salida académica Fecha "Meet the pros"	Fecha Exámenes
Miércoles 10:00h-14:00	-Grabaciones de imágenes para reportaje e informativo. -Asistencia a rodaje audiovisual.	Presencial: 28 de enero Distancia: 5 de febrero Extraordinario: 3 de septiembre

2_ CONTEXTUALIZACIÓN

La asignatura aspira a que el alumnado sea capaz de construir un saber tanto teórico como práctico que les llegue a capacitar para reflexionar y comprender el lenguaje escrito, audiovisual y publicitario. Además de desarrollar la capacidad creativa hacia la innovación publicitaria. Aprenderán a reconocer e identificar las diferentes herramientas que se emplean para dar forma a diferentes productos publicitarios y audiovisuales.

2.1_ Recomendaciones para la asignatura.

Para la preparación de los mismos se recomienda recurrir a los textos citados en la bibliografía recomendada, así como la documentación adicional que la profesora facilita a los alumnos durante la impartición del temario.

- Leer la guía docente con detenimiento y preguntar cualquier duda lo antes posible para que el alumno pueda planificar su trabajo de la manera más adecuada.
- Cumplir escrupulosamente los plazos de entrega. Las prácticas en esta asignatura serán imprescindibles para poder aprobarla por lo que será importante mantener el ritmo de trabajo que plantea la profesora.

2.2_ Mecanismos de Coordinación Docente.

En la actualidad dentro de IMEP, se ha creado la figura del Coordinador del Grado, que recae en la figura del Director de Grado.

Será él quien se encargue de establecer las reuniones necesarias para:

- Coordinar las actividades docentes dentro de una misma área de especialización.
- Compartir recursos y materiales docentes.
- Poner en común criterios que aplican los docentes para evaluar la adquisición.
- Revisar contenidos y métodos para evitar las duplicidades entre asignaturas.
- Intercambiar experiencias docentes.

3_ COMPETENCIAS Y OBJETIVOS

3.1_ Competencias generales (transversales) y Competencias específicas.

COMPETENCIAS GENERALES

1. Capacidad para el desarrollo de nuevas líneas, procesos, proyectos y productos.
2. Capacidad de comunicación en lenguajes formales, gráficos y simbólicos y mediante la expresión oral y escrita.
3. Capacidad de trabajo en equipo.
4. Capacidad de consolidación, ampliación e integración de los conocimientos fundamentales de la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas.
5. Capacidad para analizar, evaluar y criticar diferentes procedimientos de la composición del lenguaje escrito, audiovisual y publicitario.

6. Poseer y comprender conocimientos fundamentales del campo de estudio y sus profesiones.

7. Habilidades críticas y autocríticas.

8. Habilidad para trabajar en un equipo interdisciplinar.

9. Capacidad para aprender y adaptarse a nuevas situaciones.

10. Capacidad para crear nuevas ideas (creatividad).

COMPETENCIAS ESPECIFICAS

1. Capacidad para mejorar las habilidades y recursos profesionales dirigidos al desarrollo e innovación de las corporaciones públicas y privadas.

2. Capacidad para diseñar y concebir la presentación estética y técnica de la puesta en escena del proyecto.

4_ CONTENIDOS.

4.1_ TEORIA

Unidad didáctica I. LA COMUNICACIÓN EN TODAS SUS VERTIENTES

1. Comunicación global.
2. Axiomas de la comunicación
2. La persuasión en comunicación.
3. Corrección de textos.

Unidad didáctica 2. LENGUAJE ESCRITO

1. Características de la comunicación escrita.
2. Tipos de lenguaje escrito
3. Diferencias entre lenguaje escrito y oral
4. Procesos para desarrollar el lenguaje escrito

Unidad didáctica 3. LENGUAJE PUBLICITARIO

1. Discurso publicitario.
2. El Eslogan
3. Estructura del anuncio publicitario

Unidad didáctica 4. EL MENSAJE ADAPTADO A LOS MEDIOS

1. El mensaje en los medios
2. Publicidad en función del contenido, canal y objetivos

Unidad didáctica 5. ESTRATEGIA DE MARKETING

PUBLICITARIO

1. La promoción
2. Tipos de estrategias de marketing
3. La publicidad en Redes Sociales
4. Eficacia del anuncio publicitario
5. La Marca

Unidad didáctica 6. LENGUAJE AUDIOVISUAL

1. Elementos del lenguaje audiovisual.
2. Publicidad en medios audiovisuales
3. Géneros
4. Brainstorming

4.2_ PRÁCTICA

El alumno realizará, en relación a las unidades didácticas explicadas en clase, los siguientes ejercicios y trabajos prácticos.

- 1.- Ejercicios de comprensión y expresión (orales y escritos)
- 2.- Redacción de textos en función del objetivo.
- 3.- Análisis de ejemplos reales.
- 4.- Elaboración de guiones y técnicas específicas de cada apartado.
- 5.- Elaboración de diferentes productos audiovisuales.
- 6.- Creación completa de una campaña de publicidad.

5_ METODOLOGÍA

5.1_ PRESENCIAL

CLASES TEÓRICAS.

En forma de clases magistrales apoyadas en el análisis de textos, productos audiovisuales y en la exposición por la profesora de sus propias experiencias, circunstancias que permitirá al alumno conocer desde dentro la mecánica organizativa, así como los problemas, dificultades y técnicas aplicables a cada caso y momento.

CLASES PRÁCTICAS.

Los alumnos aplican, a través de casos reales o simulados, los conocimientos conceptuales y procedimentales explicados por la profesora mediante la puesta en común y la discusión a partir de las actividades de trabajo en grupo y de trabajo autónomo.

5.2_A DISTANCIA

CLASES TEÓRICAS.

El profesor facilitará cada semana el contenido correspondiente, de esta manera el alumno podrá realizar una lectura general del contenido para después iniciar el proceso de comprensión y memorización de los contenidos. Esta técnica de estudio se refuerza con la realización de píldoras audiovisuales formativas por parte de la profesora, que apoye la correcta asimilación de contenidos escritos.

Las clases de Blackboard de una hora aproximadamente de duración se realizarán los siguientes días:

7 de octubre de 2020

21 de octubre de 2021

4 de noviembre de 2020

18 de noviembre 2020

11 de diciembre de 2020

CLASES PRÁCTICAS.

Los alumnos aplican, a través de casos reales o simulados, los conocimientos conceptuales y procedimentales adquiridos. Se realizan actividades de Blackboard entre la profesora y el alumnado a distancia con el fin de resolver dudas y realizar juntos ejercicios prácticos.

5.3_ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Los principios en atención a la diversidad a tener en cuenta en el aula son, en líneas generales:

- Favorecer la autonomía y el desarrollo personal dentro del marco de las propias posibilidades.
- Cooperación y ayuda entre los alumnos y el profesor con la finalidad de estimular situaciones propicias para la puesta en común de dudas, soluciones o resultados.
- Propiciar la puesta en común de experiencias y vivencias.
- Propiciar la interacción comunicativa entre los alumnos a través del trabajo en parejas o grupos reducidos.

6_ RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Los alumnos de la asignatura 'Lenguaje escrito, audiovisual y publicitario' conseguirán los siguientes resultados de aprendizaje:

1. Adquirir los conocimientos y habilidades necesarias para la resolución de problemas relacionados con el lenguaje empleado en los productos publicitarios.
2. Utilizar técnicas creativas en el empleo del lenguaje en las campañas de publicidad.
3. Organizar y saber utilizar la información procedente de diversos contextos.

4. Adquirir e implantar estrategias de colaboración y habilidades que favorezcan el trabajo en equipo.
5. Conocer la base de los fundamentos teóricos del lenguaje aplicado la publicidad audiovisual y escrita.
6. Conocer y utilizar las posibilidades que ofrece el lenguaje publicitario.
7. Identificar los elementos propios del lenguaje escrito y audiovisual para la creación de todo tipo de productos.

7_ SISTEMA DE EVALUACIÓN

7.1_ PRESENCIAL

Evaluación continua:

La nota final del curso tendrá en cuenta a partes iguales (a condición de obtener al menos 5 en el examen final):

- a. Los trabajos escritos y orales presentados durante el curso
- b. El examen final de desarrollo.
 1. Dos ejercicios de detección y corrección de errores y reconocimiento y comentario de elementos publicitarios. (20%)
 2. Un trabajo de producción audiovisual (10%)
 3. Elaboración de una campaña de publicidad (20%)

No se aceptarán trabajos fuera del campus virtual. El alumno que no entregue en tiempo y forma el trabajo, lo tendrá suspenso.

Se deberá aprobar ambas partes con un 5 para aprobar la asignatura.

Evaluación no continua

El alumno realizará un examen de 10 preguntas a desarrollar en 120 minutos.

Evaluación extraordinaria

La calificación de la asignatura “Lenguaje escrito, audiovisual y publicitario” para la convocatoria extraordinaria se obtiene , para alumnos que han accedido a la evaluación continua, de la prueba de conocimientos teóricos en un 70%, manteniendo el otro 30% las notas de las prácticas hechas con anterioridad durante el curso siempre que éstas estuviesen aprobadas. En el caso de que el alumno no acepte la evaluación continua, la calificación se obtendrá al 100% del examen final.

Aspectos a tener en cuenta

Las faltas de ortografía tanto en el examen como en los trabajos, el no

cumplimiento con las normas de estilo propuestas y la entrega de los trabajos fuera de plazo, serán aspectos penalizados en las calificaciones.

7.2_A DISTANCIA

La calificación de la asignatura “Lenguaje escrito, audiovisual y publicitario” se obtiene de la siguiente manera:

Evaluación continua:

Prueba de conocimientos teóricos que supone el 70% de la nota final, junto con otros ejercicios individuales:

Los ejercicios individuales consistirán en:

- 1.-Análisis de una campaña publicitaria
- 2.-Grabación de un vídeo y elaboración del guion del mismo.
- 3.- Trabajo final de la creación completa de una campaña de publicidad.

Evaluación no continua:

El alumno realizará un examen de 10 preguntas a desarrollar en 120 minutos.

Evaluación extraordinaria

La calificación de la asignatura “Lenguaje escrito, audiovisual y publicitario,” para la convocatoria extraordinaria se obtiene de la prueba de conocimientos teóricos.

Aspectos a tener en cuenta

Las faltas de ortografía, el no cumplimiento con las normas de estilo propuestas y la entrega de los trabajos fuera de plazo, serán aspectos penalizados en las calificaciones.

8_ PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

TIPOS DE ACTIVIDADES	HORAS
ASISTENCIA A CLASES TEORICAS	60
ASISTENCIA A CLASES PRÁCTICAS	20
ASISTENCIA A SEMINARIOS, CHARLAS O CONFERENCIAS RELACIONADAS CON LA ASIGNATURA	8
PREPARACIÓN CLASES TEÓRICAS	45
PREPARACIÓN TRABAJOS PARA CLAES PRACTICAS	45
ASISTENCIA A TUTORIAS	2,5
ESTUDIO DE PREPARACIÓN EXAMENES	15

VISITA A INSTALACIONES O EMPRESAS	8
REALIZACIÓN DE EXAMENES TEÓRICOS Y PRÁCTICOS	4
TOTAL VOLUMEN TRABAJO ALUMNO	150

8.1_Cronograma PRESENCIAL

PRESENTACIÓN ASIGNATURA			Semana 1
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4	Presentación de la asignatura + Debate	Observación directa-participación	-----
Tema 1:			Semana 2
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4	Presentación de la asignatura + Debate	Observación directa-participación	-----
Tema 1:			Semana 3
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4	Presentación de la asignatura + ejercicios prácticos	Observación directa-participación	-----
Tema 2			Semana 4
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4	Presentación de la asignatura + práctica	Observación directa-participación	10%

Tema 2			Semana 5
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4	Presentación de la asignatura + Debate	Observación directa-participación	-----
Tema 2			Semana 6
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4	Presentación de la	Observación directa-	-----

	asignatura + Debate	participación	
Tema 2			Semana 7
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4	Presentación de la asignatura + Debate	Observación directa-participación	-----
Tema 2			Semana 8
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4	Presentación de la asignatura + Debate	Observación directa-participación	-----
Tema 3			Semana 9
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje

1-2-3-4	Presentación de la asignatura + Debate	Observación directa-participación	
---------	--	-----------------------------------	--

Tema 3			Semana 10
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4-5	Presentación tema + práctica	Observación directa	10%
Tema 4			Semana 11
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4- 5	Presentación tema	Observación directa	
Tema 4			Semana 12
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4- 5	Presentación tema + práctica	Observación directa	10%
Tema 5			Semana 13
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje

1-2-3-4- 5	Presentación tema	Observación directa	
Tema 6			Semana 14
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4- 5	Presentación tema	Observación directa	

Tema 6			Semana 15
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4- 5	Actividad individual	Entrega práctica evaluable	20%

8.2_Cronograma A DISTANCIA

PRESENTACIÓN ASIGNATURA			Semana 1
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4	Presentación de la asignatura + Debate	Observación directa-participación	-----
Tema 1:			Semana 2
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4	Presentación de la asignatura + Debate	Observación directa-participación	-----
Tema 1:			Semana 3
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4	Presentación de la asignatura + ejercicios prácticos	Observación directa-participación	-----
Tema 2			Semana 4
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4	Presentación de la	Observación directa-	10%

	asignatura + práctica	participación	
--	-----------------------	---------------	--

Tema 2			Semana 5
---------------	--	--	-----------------

Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4	Presentación de la asignatura + Debate	Observación directa-participación	-----

Tema 2			Semana 6
---------------	--	--	-----------------

Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4	Presentación de la asignatura + Debate	Observación directa-participación	-----

Tema 2			Semana 7
---------------	--	--	-----------------

Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4	Presentación de la asignatura + Debate	Observación directa-participación	-----

Tema 2			Semana 8
---------------	--	--	-----------------

Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4	Presentación de la asignatura + Debate	Observación directa-participación	-----

Tema 3			Semana 9
---------------	--	--	-----------------

Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje

1-2-3-4	Presentación de la asignatura + Debate	Observación directa-participación	
---------	--	-----------------------------------	--

Tema 3			Semana 10
---------------	--	--	------------------

Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4-5	Presentación tema	Observación directa	

Tema 4			Semana 11
---------------	--	--	------------------

Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4-5	Presentación tema	Observación	

		directa	
Tema 4			Semana 12
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4- 5	Presentación tema + práctica	Observación directa	10%
Tema 5			Semana 13
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4- 5	Presentación tema	Observación directa	
Tema 6			Semana 14
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4- 5	Presentación tema	Observación directa	

Tema 6			Semana 15
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4- 5	Actividad individual	Entrega práctica evaluable	20%

9.-BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

9.1_GENERAL

- BAS, E.; GUILLÓ, M. (2011). Prospectiva y cultura de la innovación. *Ekonomiaz*, 1(76), 18-37.
- DORRIAN, M., y LUCAS, G. (2006): Publicidad de guerrilla. Otras formas de comunicar. Ed. Gustavo Gilli, Barcelona.
- EGUIZÁBAL, R. (2007): Teoría de la publicidad. Cátedra, Madrid.
- EIRE, A. L. (1998): La retórica en la publicidad. Arco libros, Madrid
- GLADWELL, M. (2007). La clave del éxito. Madrid: Taurus
- GORDO, V. C., FUENTES, J. R., y LÓPEZ, J. S. (2011): Redacción publicitaria.

Editorial UOC, Barcelona.

FELIU GARCÍA, E. (1984): Los lenguajes de la publicidad, Universidad de Alicante, Alicante.

HERNÁNDEZ, C. (1999). Manual de creatividad publicitaria. Madrid Síntesis.

MOLINÉ, M. (1988): La comunicación activa: Publicidad sólida. Ediciones Deusto, Bilbao.

MOLINÉ, M. (2001): Fuerza de La Publicidad. McGraw-Hill, Nueva York.

REY, J. (1997): Palabras para vender, palabras para soñar. Introducción a la redacción publicitaria. Paidós, Barcelona.

RICARTE, JM. (2000). Creatividad y comunicación persuasiva (2o Ed.). Servei Universitat Autònoma de Barcelona.

ORTEGA, E. (1999): La comunicación publicitaria. Ed. Pirámide, Madrid.

ROBERTS, K. (2005): Lovemarks: The future beyond brands. PowerHouse Books.

SOLANA, D. (2010): Postpublicidad. Reflexiones sobre una nueva cultura publicitaria. Doubleyou, Barcelona.

YUS, F. (2010): Ciberpragmática 2.0. nuevos usos del lenguaje en Internet. Ariel, Barcelona.

Direcciones web de interés:

<http://www.marketingdirecto.com/>

<http://www.territoriocreativo.es>

<http://http://adsoftheworld.com>

<http://www.anuncios.com>

<http://www.clubdecreativos.es>

<http://www.elsolfestival.com>

10_ ACTIVIDADES FORMATIVAS

IMEP cuenta con un programa de actividades formativas extracurriculares a disposición del alumnado. Toda la información se puede consultar tanto en el cmapus virtual, como en la página web del título www.protocoloimep.com.

11_ TUTORÍAS

MODALIDAD PRESENCIAL

En el caso de la modalidad presencial, el alumno deberá pedir mediante e-mail al profesor una cita para tutoría, la cual se mantendrá en la fecha estipulada entre ambos a través de blackboard collaborate.

MODALIDAD DISTANCIA

En el caso de la modalidad a distancia, se seguirá el mismo procedimiento que en el caso anterior.

ADENDA A LA GUÍA DOCENTE PARA EL CURSO 2020/21 EN EL CASO DE VOLVER A CLASES NO PRESENCIALES

Esta adenda cumple con dos objetivos:

1. Recoge la información adicional necesaria para complementar a la guía docente de la asignatura.
2. Proporciona las indicaciones que serían de aplicación en caso de que los rebrotes por Covid-19 obliguen de nuevo al confinamiento de la población y a la adaptación inmediata de la docencia universitaria durante el curso 2020/21, al formato no presencial.

1. Información complementaria a la guía docente

La guía docente a la que complementa esta adenda está definida sobre la base de la **realización presencial** de todos o la mayoría posible **de los créditos prácticos**, y un sistema de **evaluación presencial**.

En lo que respecta a la impartición de **los créditos teóricos**, por razones de aforo de las aulas y cumplimiento de las distancias de seguridad exigidas por las autoridades sanitarias, queda establecida inicialmente **en modalidad:**

PRESENCIAL para aquellos alumnos que hayan escogido esta modalidad **DISTANCIA** para aquellos alumnos que hayan escogido esta modalidad.

1. Información aplicable en caso de no presencialidad excepcional por Covid-19

En el caso de que se reproduzca la situación de aislamiento social excepcional por el COVID-19, y sea necesario continuar la actividad docente de esta asignatura (en todas sus facetas, teórica, práctica y de evaluación), en formato no presencial durante el tiempo que corresponda del curso 2020/2021 serán de aplicación los siguientes cambios en la guía docente de la asignatura que se concretan como adenda a la misma.

METODOLOGÍA PARA DOCENCIA NO PRESENCIAL

Durante el periodo de suspensión de actividad docente presencial, IMEP ha establecido la impartición de las clases a través de dos herramientas virtuales: campus virtual, el cual el alumnado y profesorado del centro conocen, ya que es el elemento básico de entrega de trabajos, estudio de temarios y creación de debates en el foro, y Blackboard Collaborate, una herramienta tecnológica ya usada para la metodología de clase establecida para los alumnos en modalidad a distancia, que se ha adaptado para la modalidad presencial durante el periodo de estado de alarma. Esta herramienta permite realizar la docencia online en streaming y simultáneamente la grabación de cada una de las sesiones. Las clases se seguirán impartiendo en el mismo horario establecido a principio de curso y aprobado por Comisión Académica. Las tutorías se realizan a petición del estudiantado, a través de la herramienta BlackBoard, en horario acordado por profesor-estudiante. Otras se realizan a través del correo electrónico, respondiendo las dudas planteadas o a través del foro y son dudas de grupo.

1 Una vez iniciada la docencia del semestre la modalidad seleccionada deberá mantenerse durante la totalidad del mismo, independientemente de que se declare el fin de la pandemia. Solamente, en el hipotético caso de que se declarase el fin de

la pandemia y la vuelta a la normalidad pre-Covid19 antes de que se inicie el semestre, la asignatura volvería a impartirse conforme a la modalidad recogida en la memoria de verificación del título: presencial u online, dejando de tener efecto lo recogido en esta adenda.

Para la modalidad a distancia, la metodología seguiría siendo la misma.

CONVOCATORIA DE EXAMEN A DISTANCIA PARA ALUMNOS PRESENCIALES Y DISTANCIA

El sistema de evaluación de la asignatura en modalidad presencial y a distancia, (evaluación continua)² ante esta situación excepcional será la siguiente:

A) Examen final no presencial consistente en el desarrollo de un número a determinar de preguntas de desarrollo a través del campus virtual, en un tiempo no mayor de 90 minutos. Se realizará en la fecha prevista en calendario académico. (50%).

B) Realización de dos trabajos prácticos a determinar. Cada práctica supondrá un 25% de la nota final.

Será necesario sacar un 5 en cada una de las partes (A, B1 y B2) para aprobar la asignatura en evaluación continua.

Evaluación no continua

- Consistirá en un examen no presencial a través del campus virtual, consistente en 15 preguntas múltiples en un tiempo máximo de 120 minutos. El examen se realizará el día previsto en el calendario académico para los exámenes de distancia.

² Alumnos que hayan tenido 4 faltas sin justificar, no hayan entregado los trabajos en tiempo y forma, o alumnos con la asignatura pendiente de años pasados que no hayan optado por la evaluación continua .

Para convocatoria extraordinaria en ambas modalidades,

Los alumnos que han accedido a la evaluación continua, de la prueba de conocimientos teóricos en un 60%, manteniendo el otro 40% las notas de las prácticas hechas con anterioridad durante el curso siempre que éstas estuviesen aprobadas. En el caso de que el alumno no acepte la evaluación continua, la calificación se obtendrá del 100% del examen final.

El examen extraordinario consistirá en el caso de la evaluación continua en un examen de 20 preguntas tipo test a realizar en 75 minutos. El examen extraordinario consistirá, en el caso de la evaluación no continua, en un examen teórico-práctico a realizar en 120 minutos.

El Sistema y criterio de evaluación de la asignatura que se ha definido en la guía docente será de aplicación durante todo el curso 2020/21 independientemente del formato de presencialidad.

