



GUÍA DOCENTE 2025-26

Grado en Diseño Gráfico

Diseño Identidad Visual

[GD_3ºDIV_25-26]

Asignatura	Diseño Identidad Visual		
Grado	DISEÑO GRÁFICO		
Curso	Duración	Horas semanales	Créditos ECTS
2º	Semestral	6	6
Tipo de asignatura	Obligatoria de especialidad		
Materia	Pertenece a Proyectos de diseño gráfico		
Otras asignaturas de la materia	Diseño Editorial, Ilustración aplicada al diseño, Diseño de la información, Diseño aplicado al envase, Campaña publicitaria, Diseño gráfico en movimiento, Diseño interactivo, Gráfica del espacio, Presentación y retórica del proyecto		
Especialidad/ Departamento	Diseño Gráfico		
Requisitos y/o recomendaciones	Sí Competencias necesarias para cursar la asignatura: manejo de las aplicaciones específicas para la edición y maquetación de texto (InDesign), dibujo vectorial (Illustrator) e imagen bitmap (Photoshop)		
Horario y grupos	2º A2: Martes: 17 a 19.30 hs/ Jueves 17 a 19:30 hs/ Viernes 19:30 a 21:30 hs 2º B2: Lunes: 19 a 21:30 hs/ Martes 15 a 19:30 hs/ Miércoles 17 a 19:30 hs		
Aula de referencia	313/ 200/ 105		
Profesor(a)	Cano Castiñeira, Eva		
Contacto	ecancas791@g.educaand.es		





> 1. DESCRIPCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA ASIGNATURA. NORMATIVA

DESCRIPCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN

El concepto de identidad se define como el conjunto de características que definen a los seres y a las cosas y las hacen singulares.

Una organización social, cultural o mercantil también tiene una identidad corporativa, cuya parte visible es lo que se denomina identidad visual.

En la actualidad se reconoce el gran valor que tiene para una empresa, que el público tenga una opinión favorable de la misma (imagen corporativa o imagen de marca), y se sabe que la identidad visual tiene un gran peso en la formación de esa imagen de marca, de ahí la importancia de una disciplina como la que da nombre a esta asignatura.

La identidad visual corporativa comprende un desarrollo muy complejo que supone un dominio de todos los distintos sectores de la comunicación gráfica y una planificación estratégica de todo el proceso. Esta asignatura parte del estudio del signo como instrumento representativo e identificativo, con una introducción a la Semiótica. Los diseñadores se sirven de esta disciplina y de sus herramientas para generar formas significativas y también para estudiar signos y soportes comunicativos ya existentes. Estudiaremos la evolución del concepto de marca, como sello distintivo y su transformación tras la revolución industrial, con la fabricación y la comercialización a gran escala, hasta llegar a los sistemas de identificación visual que surgen durante la década de 1950 y que van mucho más allá de las marcas o los símbolos.

Profundizaremos en los conceptos de identidad e imagen hasta centrarnos en su aplicación e importancia en el mundo de la empresa. Se estudiarán los elementos que definen un sistema de identidad visual de su planificación, su diseño y de cómo se desarrolla toda la normativa que regula la aplicación del mismo. Finalmente esta regulación se concretará en un Manual de identidad que garantice la correcta implantación de dicho sistema..

NORMATIVA

1. *Decreto 91/2023 del 18 de abril*, por el que se crean las Escuelas de Arte y Superiores de Diseño dependientes de la Consejería competente en materia de educación en la Comunidad Autónoma de Andalucía y se aprueba el Reglamento Orgánico de las mismas.
2. *Real Decreto 1614/2009, de 26 de octubre*, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas artísticas superiores reguladas por la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de Mayo, de Educación.
3. *Real Decreto 633/2010, de 14 de mayo*, por el que se regula el contenido básico de las enseñanzas artísticas superiores de Grado de Diseño establecidas en la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de Mayo, de Educación.
4. *Decreto 111/2014, de 8 de julio*, por el que se establecen las enseñanzas artísticas superiores de diseño en Andalucía.
5. *Orden de 19 de octubre de 2020*, por la que se establece la ordenación de la evaluación del proceso de aprendizaje del alumnado de las enseñanzas artísticas superiores y se regula el sistema de reconocimiento y transferencia de créditos de estas enseñanzas.
6. *Ley 1/2024, de 7 de junio*, por la que se regulan las enseñanzas artísticas superiores y se establece la organización y equivalencias de las enseñanzas artísticas profesionales.





> 2. COMPETENCIAS: TRANSVERSALES, GENERALES Y ESPECÍFICAS

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

1. Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora.
2. Recoger información significativa, analizar, sintetizar y gestionarla adecuadamente.
3. Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza.
4. Utilizar eficientemente las tecnologías de la información y la comunicación.
6. Realizar autocrítica hacia el propio desempeño profesional e interpersonal.
8. Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos.
11. Desarrollar en la práctica laboral una ética profesional basada en la apreciación y sensibilidad estética, medioambiental y hacia la diversidad.
13. Buscar la excelencia y la calidad en su actividad profesional.
14. Dominar la metodología de investigación en la generación de proyectos, ideas y soluciones viables.
16. Usar los medios y recursos a su alcance con responsabilidad hacia el patrimonio cultural y medioambiental.

COMPETENCIAS GENERALES

1. Concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionamientos técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos.
2. Dominar los lenguajes y los recursos expresivos de la representación y la comunicación.
3. Establecer relaciones entre el lenguaje formal, el lenguaje simbólico y la funcionalidad específica.
4. Tener una visión científica sobre la percepción y el comportamiento de la forma, de la materia, del espacio, del movimiento y del color.
5. Actuar como mediadores entre la tecnología y el arte, las ideas y los fines, la cultura y el comercio.
8. Plantear estrategias de investigación e innovación para resolver expectativas centradas en funciones, necesidades y materiales.
9. Investigar en los aspectos intangibles y simbólicos que inciden en la calidad.
10. Ser capaces de adaptarse a los cambios y a la evolución tecnológica industrial previstos.
15. Conocer procesos y materiales y coordinar la propia intervención con otros profesionales, según las secuencias y grados de compatibilidad.
16. Ser capaces de encontrar soluciones ambientalmente sostenibles.
17. Plantear, evaluar y desarrollar estrategias de aprendizaje adecuadas al logro de objetivos personales y profesionales.
18. Optimizar la utilización de los recursos necesarios para alcanzar los objetivos previstos.
20. Comprender el comportamiento de los elementos que intervienen en el proceso comunicativo, dominar los recursos tecnológicos de la comunicación y valorar su influencia en los procesos y productos del diseño.
22. Analizar, evaluar y verificar la viabilidad productiva de los proyectos, desde criterio de innovación formal, gestión empresarial y demandas de mercado.





COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Generar, desarrollar y materializar ideas, conceptos e imágenes para programas comunicativos complejos.
2. Dominar los recursos formales de la expresión y la comunicación visual.
3. Comprender y utilizar la capacidad de significación del lenguaje gráfico.
4. Dominar los procedimientos de creación de códigos comunicativos.
5. Establecer estructuras organizativas de la información.
7. Determinar y, en su caso, crear soluciones tipográficas adecuadas a los objetivos del proyecto.
8. Conocer los canales que sirven de soporte a la comunicación visual y utilizarlos.
15. Reflexionar sobre la influencia social positiva del diseño, valorar su incidencia en la mejora de la calidad de vida y del medio ambiente y su capacidad para generar identidad, innovación y calidad en la producción.

> 3. CONTENIDOS ESPECÍFICOS. SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN

CONTENIDOS ESPECÍFICOS

El estudio de los signos y de los procesos interpretativos de los signos.

Posicionamiento: el valor representativo de la marca y demás signos de identidad.

El proceso de búsqueda del naming. Claves para el diseño de identificadores.

La arquitectura de marca. La importancia de la imagen de marca. Elaboración y planificación estratégica de la Identidad Corporativa. Las aplicaciones de la marca y de los demás signos de identidad. Realización e implementación de un Manual de Identidad Visual Corporativo.

Evolución y revolución de una marca. Métodos de investigación y experimentación propios de la materia.

SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN

Introducción /. Explicación de la asignatura

Unidad 01 (2 semanas) Identidad corporativa, identidad visual e imagen corporativa. Marca. Antecedentes históricos.

>Act_0 Prueba inicial Creación de una identidad visual: logo personal de un compañero/a

>Act_2 Creación de una identidad visual: a partir de un briefing entregado.

Unidad 02 (2 semanas) Los signos, Semiótica, percepción, identificadores e indicadores de calidad.

>Act_1 Análisis de marcas con indicadores de calidad”.

Unidad 03 (1 semana) Elaboración y planificación estratégica de la identidad corporativa.

Unidad 04 (2 semanas) El proceso de naming. Ejercicio “Poniendo nombre a una empresa”.

>Act_Busqueda naming y elección tipografía para el logotipo de varias entidades dadas

Unidad 05 (3 semanas) Creación de la identidad visual. Claves para el diseño de identificadores.

>Act_“Diseño de marca gráfica”.

Unidad 06 (2 semanas) Realización e implementación de un Manual de identidad visual corporativo. Act “Creación de un Manual de identidad visual”.





Unidad 7 (2 semanas) Evolución y revolución de una marca.

>Act“Revisión de rediseños”, y “Rediseño de una marca”

Unidad 08 (1 semana) La arquitectura de marca.

Unidad 09 (1 semana) Storytelling en la identidad de marca.

>Act_ creación de un storytelling y diseño de una pieza gráfica”.

> 4. METODOLOGÍA

Se aplicará una metodología activa y participativa, que convierta al alumno en protagonista de su propio aprendizaje. Para ello se potenciarán las técnicas de investigación e indagación creativa.

Sesiones teóricas

- Clases teóricas. En ellas se irán explicando contenidos teóricos siempre partiendo del análisis de imágenes y de modelos o ejemplos en los que iremos analizando diversas cuestiones que determinan el proceso de comunicación de las mismas. Estas exposiciones magistrales buscarán siempre la participación activa del alumnado fomentando el debate y la reflexión crítica.
- Reflexiones participativas: Casos Prácticos. En paralelo al contenido específico de la asignatura trataremos algunas cuestiones que son importantes para la comprensión del contexto en el que se diseña un envase. Temas que merecen una especial dedicación y que permiten comprender mejor la complejidad del sistema de identidad visual. Serán sesiones cortas de una hora donde tras exponer el tema se planteará una mesa redonda en torno al mismo.

Sesiones prácticas

- Ejercicios prácticos. A través de los mismos iremos experimentando y trabajando los contenidos teóricos. Cada trabajo necesitará un proceso de búsqueda e investigación por parte de cada estudiante. Al tratarse del desarrollo de proyectos de diseño debemos recordar qué implica el desarrollo proyectual. El hecho de que no sólo se compone de la realización gráfica de un problema visual concreto sino del estudio previo del problema y de las necesidades que hay que resolver, así como el análisis, para su óptima resolución, de todos los agentes que intervienen en el proceso o forman parte activa en el diseño de un envase.
- Guión. Se facilitará al alumnado una hoja con las especificaciones oportunas para el desarrollo del trabajo como las fases necesarias para la consecución del mismo, así como la fecha de entrega y todo el material que debe entregarse. Posteriormente habrá un tiempo suficiente para su realización.
- Desarrollo. Durante el desarrollo del proyecto las clases serán eminentemente prácticas. El alumnado contará con el apoyo de la profesora que lo tutorizará en todo momento y analizará la evolución del trabajo desde la sesión anterior. Se harán recomendaciones de revisión de proyectos, muestras de prototipos y lecturas específicas para la óptima resolución del trabajo a cada estudiante o grupo en cuestión. Una vez finalizado y presentado el proyecto se dispondrán las sesiones oportunas para la puesta en común de los trabajos realizados y correcciones generales y más específicas.





- Evolución. A lo largo del curso iremos desarrollando proyectos que se irán complejizando ya que irán incorporando aquellas cuestiones que vayamos estudiando y ampliando, por ello, la envergadura de los mismos según lo aprendido. Es imprescindible que el alumnado participe activamente de su proceso de aprendizaje. La investigación personal, la superación de retos, la búsqueda, entrar en el caos y encontrar la salida. Es vital que el alumno se interese y saque el máximo partido de sus propios procesos. Cada proyecto es un problema a resolver y es fundamental que el alumnado se involucre con los mismos para conseguir alcanzar la solución.
- Exposiciones. Una vez finalizado el proyecto cada estudiante, o grupo de trabajo, expondrá su proyecto al resto del grupo. La puesta en común de los trabajos realizados permitirá conocer los procesos del resto de compañeros y aprender de los mismos.

> 5. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

Lectura y debate de textos relacionados con la materia.

Visionado y reflexión de páginas y artículos específicos de la materia

> 6. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS. BIBLIOGRAFÍA

MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

Ordenadores, escáner, fotocopidora, impresora. Software de edición de imágenes bitmap (Adobe Photoshop), vectorial (Adobe Illustrator), edición (Adobe InDesign) y gestión de fuentes. Proyector, pantalla de proyección, conexión a Internet, mesas de dibujo, tableros de corte tamaño A3, pizarra.

BIBLIOGRAFÍA/ WEBGRAFÍA

Bibliografía

BASSAT, L. (2006). *El libro rojo de las marcas*. Debolsillo.

BULDELMANN K; KIM Y WOZNIA C. (2010). *Brand Identity Essentials*. Rockport Publishers.

CASSINI, L. (2006). *Marca y marca gráfica* [en línea]. ForoAlfa.

http://foroalfa.org/es/articulo/33/Marca_y_marca_grafica

COBLEY, P y LITZA, J. (2004). *Semiótica para principiantes*. Buenos Aires. Era Naciente .

COSTA, Joan. (2001). *Imagen Corporativa en el siglo XXI*. Ed. La Crujía.

COSTA, Joan. (2004). *La imagen de marca*. Ediciones Paidós Ibérica.

CHAVES N.; BELLUCIA, R. (2003). *La marca corporativa: gestión y diseño de símbolos y logotipos*. Barcelona. Paidós.

CHAVES, N. (2008). *La imagen corporativa. Teoría y práctica de la identificación institucional*. Barcelona. Gustavo Gili.

FOGES Chris. (2001). *Papelería e identidad corporativa*. Index Book.





- FRUTIGER, Adrian. (2007). (1ª ed. 1981). *Signos, símbolos, marcas y señales*. Gustavo Gili.
- GIL, J. V. (2010). *Branding. Tendencias y retos en la comunicación de marca* (vol. 38). UOC.
- GONZÁLEZ, Javier. (2002). *Identidad Visual Corporativa. La imagen de nuestro tiempo*. Ed. Síntesis.
- GONZÁLEZ, Javier. (2004). *La identidad visual*. Revista Área Abierta nº 8 (<https://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/issue/view/293>)
- HEALEY, M. (2009). *¿Qué es el branding?* Gustavo Gili.
- Herrero Franquesa, Alba; Gómez Fontanills, David. (2011). *Identidad gráfica*. UOC
- JARDÍ, Enric. *Pensar con imágenes*. Editorial Gustavo Gili. 2012
- LUPTON, Ellen. (2019). *El diseño como storytelling*. Gustavo Gili.
- KLEIN, N. (2001). *No logo: el poder de las marcas*. Paidós.
- MEDINA Pérez de Ayala, Inés. (2021). *El rebranding: concepto y pasos a seguir en su aplicación* [tesis]. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Univ. de Comillas.
- MILLER, D. (2017). *Building a StoryBrand: Clarify Your Message So Customers Will Listen*. HarperCollins Leadership.
- MONO (2004). *Identidad corporativa. Del brief a la solución final*. Gustavo Gili.
- REYES, S. (2022). *Marcas incendiarias*. Culbooks.
- SAN CORNELIO, G. *Proyecto I: Identidad y marca*. UOC (<https://diseny.recursos.uoc.edu/recursos/ident-marca/>)
- Slade-Brooking, Catharine. (2016). *Creando brand identity*. Parramón.
- VILLAFÁÑE, J. (1999). *La gestión profesional de la Imagen Corporativa*. Ed. Pirámide.
- VILLAFÁÑE, J. (2014). *Principios de teoría de la imagen*. Ed. Pirámide.
- VVAA. [Folleto]. *Guía definitiva para hacer storytelling como las grandes marcas*. Arrontes y Barrera

Webgrafía

- <https://comuniza.com/blog>
- Norberto Chaves. <https://www.norbertochaves.com/articulos/>
- Foro Alfa. <https://foroalfa.org/>
- Santander Open Academy. <https://www.santanderopenacademy.com/es/blog/mision-vision-y-valores.html>
- <https://www.pixartprinting.es/blog/rebranding-redisenar-marca/>
- <https://branward.com/restyling-or-rebranding/>
- https://branward.com/rebranding-10-errores-que-debes-evitar/?cli_action=1604343638.117
- Worköholics: *Naming, la importancia de llamarse* (<https://workoholics.es/cultura/como-elegir-naming/>)
- <https://comuniza.com/blog/arquitectura-marca-que-es>





- <https://brandemia.org/aprender-que-es-arquitectura-de-marca#tipos-de-arquitectura-de-marca>
- <http://www.brandemia.org/>
- <http://identitydesigned.com/>
- <http://www.underconsideration.com/brandnew/>

> 7. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Con el fin de hacer efectivos los principios de equidad y atención a la diversidad, se implementarán las medidas necesarias para que este alumnado tenga acceso al currículo y pueda alcanzar los objetivos de la asignatura, teniendo en cuenta que se podrán realizar las modificaciones necesarias con adaptaciones no significativas. Éstas adaptaciones no afectarán a los objetivos, competencias y criterios de evaluación. Serán adaptaciones metodológicas, de recursos, o acceso a la información, y serán principalmente medidas de carácter general como actividades de refuerzo, adaptaciones temporales y/o espaciales y si fuese necesario se solicitarán recursos humanos y materiales que permitan el acceso de éste alumnado al currículo. Si fuese necesario se adaptarán los instrumentos de evaluación de igual forma que la documentación relativa a los contenidos y actividades.

> 8. EVALUACIÓN. CRITERIOS, PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de Evaluación establecidos en el ANEXO III del Decreto 111/2014, de 8 de julio, por el que se establecen las enseñanzas artísticas superiores de diseño de Andalucía.

CE TRANSVERSALES

- Demostrar capacidad para organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora, solucionando problemas y tomando decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza.
- Demostrar capacidad para recoger, analizar y sintetizar información significativa y gestionarla adecuadamente.
- Demostrar el uso eficiente de las tecnologías de la información y la comunicación.
- Demostrar capacidad para la autocrítica hacia el propio desempeño profesional e interpersonal.
- Demostrar capacidad razonada y crítica de ideas y argumentos.
- Demostrar dominio de la metodología de investigación en la generación de proyectos, ideas y soluciones viables.
- Demostrar la aplicación, en la práctica laboral, de una ética profesional basada en la apreciación y sensibilidad estética, medioambiental y hacia la diversidad.
- Demostrar la calidad y la excelencia en su actividad profesional.
- Demostrar capacidad para trabajar de forma autónoma, valorando la iniciativa y el espíritu emprendedor en el ejercicio profesional.
- Demostrar capacidad en el uso de medios y recursos a su alcance con responsabilidad hacia el patrimonio cultural y medioambiental.





CE GENERALES

- Demostrar capacidad para concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionamientos técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos.
- Demostrar dominio de los lenguajes y recursos expresivos de la representación y la comunicación.
- Demostrar capacidad para establecer relaciones entre el lenguaje formal, el lenguaje simbólico y la funcionalidad específica.
- Demostrar visión científica sobre la percepción y el comportamiento de la forma, de la materia, del espacio, del movimiento y del color.
- Demostrar capacidad para actuar como mediadores entre la tecnología y el arte, las ideas y los fines, la cultura y el comercio.
- Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de investigación e innovación para resolver expectativas centradas en funciones, necesidades y materiales.
- Demostrar capacidad para investigar en los aspectos intangibles y simbólicos que inciden en la calidad.
- Demostrar capacidad para adaptarse a los cambios y a la evolución tecnológica industrial.
- Demostrar conocimiento de los procesos y materiales y coordinar la propia intervención con otros profesionales, según las secuencias y grados de compatibilidad.
- Demostrar capacidad para encontrar soluciones ambientalmente sostenibles.
- Demostrar capacidad de plantear, evaluar y desarrollar estrategias de aprendizaje adecuadas al logro de objetivos personales y profesionales.
- Demostrar capacidad para optimizar la utilización de los recursos necesarios para alcanzar los objetivos previstos.
- Demostrar dominio de la metodología de investigación.
- Demostrar capacidad para analizar, evaluar y verificar la viabilidad productiva de los proyectos, desde criterios de innovación formal, gestión empresarial y demandas de mercado.

CE ESPECÍFICOS

- Demostrar capacidad para generar, desarrollar y materializar ideas, conceptos e imágenes para programas comunicativos complejos.
- Demostrar el dominio de los recursos formales de la expresión y la comunicación visual.
- Demostrar capacidad para comprender y utilizar la capacidad de significación del lenguaje gráfico. (3)
- Demostrar el dominio de los procedimientos de creación de códigos comunicativos. (4)
- Demostrar capacidad para establecer estructuras organizativas de la información. (5)
- Demostrar capacidad para determinar y, en su caso, crear soluciones tipográficas adecuadas a los objetivos del proyecto. (7)
- Demostrar conocimiento de los canales que sirven de soporte a la comunicación visual y utilizarlos conforme a los objetivos comunicacionales del proyecto. (8)
- Demostrar capacidad para reflexionar sobre la influencia social positiva del diseño, valorar su incidencia en la mejora de la calidad de vida y del medio ambiente y su capacidad para generar identidad, innovación y calidad en la producción. (15)

PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

La evaluación del proceso de aprendizaje del estudiante se basará en el grado y nivel de adquisición y consolidación de las competencias transversales, generales y específicas definidas para estos estudios.





Dicha evaluación se regirá por el principio de evaluación continua y secuencial, de modo que se valorarán los conocimientos adquiridos por el alumnado de forma progresiva a lo largo de todo el curso. Se llevará a cabo una evaluación inicial al comienzo del curso, con el fin de conocer la situación del grupo y contextualizar la Guía Docente según las necesidades y capacidades del alumnado.

La evaluación se desarrollará a lo largo de todo el período lectivo (evaluación continua), valorando el proceso de aprendizaje de los estudiantes en su totalidad, con el fin de cumplimentar una evaluación integrada. Será necesario considerar tanto la evaluación del resultado, como la evaluación del proceso, permitiendo que los estudiantes desarrollen la capacidad de valorar su propio aprendizaje.

EVALUACIÓN ORDINARIA (*1º convocatoria ordinaria de junio y 2º convocatoria ordinaria de septiembre*)

El alumnado deberá demostrar que ha adquirido los contenidos y las competencias desarrollados en la Guía Docente. Para ello se evaluarán las actividades y los trabajos que se determinen siendo indispensable para superarlos:

- Aplicación y adaptación de los conocimientos teóricos.
- Exposición y argumentación visual y conceptual
- Presentación completa, pulcritud y organización.
- Capacidad de redacción sin faltas de ortografía, ni errores de expresión.
- Cumplimiento de los requisitos/características de entrega solicitados.
- Puntualidad en la entrega.

Los alumnos acogidos al proceso de evaluación continua podrán recuperar los exámenes y las actividades suspensas ajustándose a las fechas que indique el profesor a lo largo del curso.

Para la evaluación continua es obligatoria la asistencia de al menos el 80% de las clases. Si, al estimarse que no hay posibilidad de superar los contenidos teórico-prácticos por falta de asistencia a clase, o en casos en que no pueda garantizarse la autoría de los trabajos presentados por el estudiante, el docente podrá considerar la realización de una prueba teórica (examen) y una práctica – que se sumará a la entrega obligatoria de trabajos–, para comprobar que el estudiante ha alcanzado los objetivos previstos y superado las competencias.

A los alumnos que no superen la evaluación ordinaria 1ª (de junio), se les entregará un Plan de Recuperación personalizado para la evaluación ordinaria 2ª (de septiembre) que será entregado al alumno/a por mensajería oficial (Séneca). En la 2º convocatoria ordinaria de septiembre se mantendrán los dos sistemas diferenciados de evaluación indicados para la evaluación ordinaria en función del tipo de alumno (acogido o no al proceso de evaluación continua).

EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA (*convocatoria extraordinaria de noviembre para asignaturas del primer semestre y convocatoria extraordinaria de febrero para asignaturas del segundo semestre o anuales*).

Sólo podrá participar en la convocatoria extraordinaria el alumnado que no haya superado la asignatura en las convocatorias anteriores (1º y 2º ordinaria). El alumnado deberá demostrar que ha adquirido los contenidos y competencias desarrollados en la Guía docente a través de diferentes pruebas: examen teórico-práctico; entrega de todos los trabajos prácticos; dossier que incluya memoria de toda la parte práctica de la asignatura con reflexiones y/o comentarios.





El alumnado que haga uso de la convocatoria extraordinaria y no la supere, habrá agotado su primera convocatoria en el curso académico matriculado, pudiendo optar para superar la asignatura en segunda convocatoria entre las ordinarias

CONVOCATORIAS

Como indica la normativa, el alumnado tendrá derecho con su matrícula a dos convocatorias de pruebas de evaluación ordinarias por curso académico (1ª Ordinaria de junio y 2ª Ordinaria de septiembre) y el número máximo de convocatorias para la superación de las diferentes asignaturas será de cuatro.

Por tanto cuando el alumno cursa por segundo año la asignatura tiene aún dos convocatorias más y puede solicitar la convocatoria extraordinaria. Para ello la persona interesada deberá cursar la solicitud de esa convocatoria ante la secretaría del centro.

Únicamente podrán participar en la convocatoria extraordinaria el alumnado que, estando matriculado en la misma durante el curso actual, también lo hubiera estado anteriormente, o que teniendo aprobadas todas las asignaturas tengan pendiente únicamente el TFG.

El alumnado que haya hecho uso de la convocatoria extraordinaria y no haya superado la asignatura, puede optar para superarla en segunda convocatoria (sería la última) entre las ordinarias de junio o septiembre.

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

1. Registro/observación por parte del docente de la asistencia y participación tanto en clase como en actividades complementarias, actitud, implicación, iniciativa en las actividades, puntualidad en entregas, etc. 20%
2. Actividades, ejercicios y trabajos teórico-prácticos con rúbricas o escalas de valoración visibles en cada enunciado. Baremación de los ejercicios prácticos. 65%.
3. Pruebas prácticas y/o escritas. 15%

> 9. CALIFICACIÓN

Para aprobar la asignatura, será imprescindible entregar todos los trabajos realizados a lo largo del curso, así como obtener una valoración positiva en cada uno de ellos. Todas las actividades y exámenes deberán obtener una calificación de al menos 5 puntos en una escala de 0 a 10, para proceder a realizar la nota media ponderada.

Los resultados obtenidos por el/la estudiante en cada una de las asignaturas del plan de estudios se expresarán en una escala numérica de 0 a 10, con expresión de un decimal.

PORCENTAJE DE CALIFICACIÓN

La calificación final para alumnado que se presenta en **1º o 2º convocatoria ordinaria**, se obtendrá de la ponderación entre ejercicios (30% de la calificación) y trabajos teórico-prácticos (70% de la calificación).

Para alumnado que se presenta en **convocatoria extraordinaria**, se obtendrá de la ponderación entre trabajos prácticos (30% de la calificación), y examen teórico práctico (40% de la calificación)





> 10. SISTEMA DE PARTICIPACIÓN DEL ALUMNADO

práctica docente, se realizará al final del curso una encuesta anónima, que permitirá tener una percepción real de la situación en el aula a lo largo del curso y determinar qué metodologías funcionaron mejor y cuáles necesitan ajustes para mejorarlas.

Esta programación podrá verse modificada a lo largo del curso por razones didácticas. Cualquier cambio o actualización será debidamente comunicada al alumnado.

