



Proyecto/Guía docente de la asignatura

Asignatura	Teoría de la Imagen		
Materia	Fundamentos de la comunicación publicitaria		
Módulo			
Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas		
Plan		Código	42856
Periodo de impartición	Primer cuatrimestre	Tipo/Carácter	OB
Nivel/Ciclo	Grado	Curso	2º
Créditos ECTS	4 ECTS		
Lengua en que se imparte	Español		
Profesor/es responsable/s	Manuel Canga Sosa		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	Email: manuelangel.canga@uva.es		
Departamento	HMCAPyCAP		



1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

“Teoría de la Imagen” es una asignatura obligatoria de 4 créditos ECTS (European Credit Transfer System) integrada en la *Materia 1 del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas*, cuyos contenidos se establecen a partir de unos ejes temáticos, conceptuales, procedimentales y actitudinales desarrollados de modo sucesivo y complementario desde las distintas asignaturas que engloba. En este contexto, la noción de “imagen” está implicada directamente en los fundamentos que sustentan la reflexión teórica sobre la publicidad y encuentra una aplicación práctica en diferentes sectores de la actividad profesional. Desde el punto de vista procedimental, la transmisión de los conocimientos relativos al concepto de la “imagen” irá acompañada de la explicación de una serie de operaciones que ayudarán al alumno a valorar la realidad que le rodea, como la observación, la búsqueda, el tratamiento y selección de la información, el establecimiento de relaciones conceptuales, la investigación y solución de problemas, la causalidad múltiple, la indagación personal, el análisis y comparación de modelos y el rigor metodológico.

1.2 Relación con otras materias

Se relaciona con asignaturas como “Laboratorio de Fotografía Publicitaria”, “Narrativa Audiovisual”, “Teoría e Historia de la Publicidad”, “Arte y Publicidad”, “Psicología de la Comunicación”, “Psicología de la Publicidad”, “Diseño publicitario y nuevas tecnologías”, “Comunicación, educación y sociedad en el contexto digital”, “Teoría de la cultura” y “Lenguaje publicitario”.

1.3 Prerrequisitos

Actualizar conocimientos de Historia del Arte, Historia de la Fotografía e Historia y Estética del Cine.



2. Competencias

2.1 Generales

Tomando como referencia las competencias de la *Materia 1. Fundamentos de la Comunicación Publicitaria*, que figuran la Memoria del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas, podemos señalar que las competencias generales de la asignatura son las siguientes:

CG1. Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos sobre el campo científico al que se adscribe el Grado y de algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de ese campo.

CG3. Capacidad de reunir e interpretar datos esenciales (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas esenciales de índole social, científica o ética.

CG5. Desarrollo de aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

CG6. Desarrollo de un compromiso ético en su configuración como profesional, compromiso que debe potenciar la idea de responsabilidad social, con actitudes críticas y responsables; garantizando la igualdad efectiva de mujeres y hombres, la igualdad de oportunidades, la accesibilidad universal de las personas con discapacidad y los valores propios de una cultura de la paz y de los valores democráticos.

2.2 Específicas

De acuerdo, también, con lo indicado en la citada Memoria, las competencias específicas son:

CE1. Conocimientos fundamentales de comunicación que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares y competencias profesionales.

CE4. Conocimiento del entorno económico, psicosocial, cultural y demográfico que lo capacite para interactuar con la sociedad.

CE15. Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos.

CE18. Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos, especialmente para aplicarlas al mundo de la comunicación con especial énfasis en la creación de nuevos soportes.



3. Objetivos

El objetivo de esta asignatura es estudiar la "imagen" desde una perspectiva teórica, teniendo en cuenta las aportaciones de disciplinas como la semiótica, la teoría de la Gestalt y el psicoanálisis, que se han ocupado de analizar las imágenes como signos icónicos, como configuraciones visuales dotadas de cierto orden y como formas estimulantes que despiertan el deseo y la mirada del sujeto. Se trata de interrogar su modo de ser y aparecer, para que el estudiante aprenda a identificarla y comprenderla en un contexto complejo de producción mediática que integra diferentes posibilidades, formatos y funciones expresivas, haciendo especial hincapié en las imágenes de corte publicitario.

De acuerdo con lo indicado en la Memoria del Plan de Estudios, los resultados de aprendizaje revistos serían:

(4) Comprensión de los mecanismos básicos por los que funcionan las imágenes, como base para su construcción y manejo posterior.

(7) Capacidad de análisis de los mensajes publicitarios.





4. Contenidos y/o bloques temáticos

Bloque 1: Imagen, cultura, significación

Carga de trabajo en créditos ECTS: 0.9

a. Contextualización y justificación

En este primer bloque se introduce al alumno en el estudio de la imagen, con objeto de hacerle comprender el papel que desempeña en nuestra sociedad, tanto en el ámbito del cine y los medios de comunicación de masas, como en el arte, Internet, y sobre todo en el ámbito de la creatividad publicitaria. Se hace un somero repaso por la historia de la representación y se establece un método de análisis y clasificación de los distintos tipos de imágenes con los cuales podrá el alumno relacionarse, tanto desde el punto de vista estético como desde el punto de vista lúdico, comunicativo o profesional.

b. Objetivos de aprendizaje

Los indicados en el punto 3 del Proyecto

c. Contenidos

1. Cultura, pantallas y redes de comunicación
1. 2. Apariencia, dispositivo y representación
1. 3. Los signos icónicos y los símbolos

d. Métodos docentes

Se tomará como referencia el modelo de la clase magistral y nos apoyaremos en el estudio y análisis de casos previos (modelización, aplicación y transferencias, entrenamiento en resolución de nuevos casos en nuevos contextos), lecturas de artículos y libros que contribuyan a profundizar en el conocimiento de los procesos creativos, la formación y la percepción de la imagen. Se invitará a los alumnos a debatir en clase sobre determinados temas del programa y asistir a exposiciones de arte, proyecciones cinematográficas y acontecimientos culturales. Tal y como indica la Memoria del Grado, como criterio general, se aplicarán herramientas de una metodología de enseñanza-aprendizaje basada en una gestión cooperativa, significativa y experiencial en el contexto teórico y práctico del aprendizaje.

e. Plan de trabajo

Clases teóricas combinadas con sesiones de discusión y debate, visionados y ejercicios prácticos. Las tareas previstas para cada día de clase vendrán especificadas en el cronograma publicado en el Campus Virtual.

f. Evaluación

- 1.- Pruebas para evaluar competencias relacionadas con la comprensión, análisis, expresión de la información:
 - Pruebas objetivas (diversas modalidades de test)
 - Pruebas semi-objetivas (cuestionarios de preguntas abiertas y cortas)
 - Pruebas de desarrollo escrito (Pruebas sobre cuestiones a desarrollar)

g. Bibliografía básica

- Aparici, R., García Matilla, A., Valdivia Santiago, M. (2002). *La imagen*. Madrid: UNED.
Arnheim, R. (1992). *Ensayos para rescatar el arte*. Madrid: Cátedra.
- (1980). *Hacia una psicología del arte. Arte y entropía*. Madrid: Alianza.
Aumont, J. (1992). *La imagen*. Barcelona: Paidós.
Barthes, R. (2001). *La torre Eiffel: textos sobre la imagen*. Barcelona: Paidós.



- (1995). *Lo obvio y lo obtuso*. Barcelona: Paidós.
- Canga Sosa, M. (2019). *Fundamentos de teoría de la imagen*. Madrid: Síntesis.
- (2013). «Imágenes y valores en la campaña publicitaria de *Autocontrol*», *Pensar la Publicidad*, v.7, nº1, 175-188.
- (2007). «Hipérboles del deseo en el discurso publicitario. Nota sobre el caso Breil», *Pensar la Publicidad*, v.1, n.2, 147-166.
- Eco, U. (1988). *Tratado de Semiótica General*. Barcelona: Lumen.
- Greimas, A. J., Courtés, J. (1990). *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Madrid: Gredos.
- Gubern, R. (1987). *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Moles, A. (1991). *La imagen. Comunicación funcional*. México: Trillas.

h. Bibliografía complementaria

- Abril, G. (2007). *Análisis crítico de textos visuales. Mirar lo que nos mira*. Madrid: Síntesis.
- Canga Sosa, M. (2018). «Máscaras y miradas. La configuración de la imagen femenina en dos campañas publicitarias de *L'Oréal: Cil Architecte y False Lash*». *Pensar y practicar la publicidad desde el sur*. Quito, Ediciones CIESPAL, 383-403.
- «Introducción al fenómeno del *Selfie*: valoración y perspectivas de análisis», *Fotocinema. Revista científica de cine y fotografía*, nº10, enero 2015, 383-405.
- Garroni, E. (1975). *Proyecto de Semiótica*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Gombrich, E. (2002). *La imagen y el ojo: nuevos estudios sobre la psicología de la representación pictórica*. Madrid: Debate.
- Gubern, R. (1996). *Del bisonte a la realidad virtual: la escena y el laberinto*. Barcelona: Anagrama.

i. Recursos necesarios

Para adquirir los conocimientos relativos a esta asignatura, el alumno podrá disponer de los apuntes tomados en clase y algunos documentos subidos al Campus Virtual. Tendrá que realizar una serie de lecturas indicadas en la bibliografía básica y complementaria. También será necesario que agudice su sensibilidad perceptiva para aprender a mirar y analizar diferentes imágenes vistas en clase. Para ello, será imprescindible que asista a las sesiones de visionado programadas y realice los ejercicios y las prácticas solicitadas. Todos los contenidos explicados en clase podrán ser aclarados y ampliados en las tutorías grupales o individuales.

j. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
0.9	3.7 semanas

Bloque 2: Formación de la imagen

Carga de trabajo en créditos ECTS:

a. Contextualización y justificación

Los capítulos de este apartado hacen referencia a determinados aspectos del proceso formativo de la imagen, y en ellos se estudia la estructura del sistema perceptivo (imágenes naturales) y la estructura de la cámara fotográfica (imágenes artificiales), que nos servirá para entender, a grandes rasgos, cómo funciona la visión humana. Se estudiará también la estructura de la luz y algunas características específicas de fenómenos como la refracción y la reflexión, esenciales para entender la formación de las imágenes especulares y fotográficas.

b. Objetivos de aprendizaje

Los indicados en el punto 3 del Proyecto



c. Contenidos

2. 1. La luz y el ojo
2. 2. Reflexión y refracción
2. 3. Estructura de la cámara fotográfica

d. Métodos docentes

Se tomará como referencia el modelo de la clase magistral y nos apoyaremos en el estudio y análisis de casos previos (modelización, aplicación y transferencias, entrenamiento en resolución de nuevos casos en nuevos contextos), lecturas de artículos y libros que contribuyan a profundizar en el conocimiento de los procesos creativos, la formación y la percepción de la imagen. Se invitará a los alumnos a debatir en clase sobre determinados temas del programa y asistir a exposiciones de arte, proyecciones cinematográficas y acontecimientos culturales. Tal y como indica la Memoria del Grado, como criterio general, se aplicarán herramientas de una metodología de enseñanza-aprendizaje basada en una gestión cooperativa, significativa y experiencial en el contexto teórico y práctico del aprendizaje.

e. Plan de trabajo

Clases teóricas combinadas con sesiones de discusión y debate, visionados y ejercicios prácticos. Las tareas previstas para cada día de clase vendrán especificadas en el cronograma publicado en el Campus Virtual.

f. Evaluación

- 1.- Pruebas para evaluar competencias relacionadas con la comprensión, análisis, expresión de la información:
- Pruebas objetivas (diversas modalidades de test)
 - Pruebas semi-objetivas (cuestionarios de preguntas abiertas y cortas)
 - Pruebas de desarrollo escrito (Pruebas sobre cuestiones a desarrollar)

g. Bibliografía básica

- Amo Vázquez, J. (1993). *Elementos de teoría de las artes visuales*. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- Aparici, R., García Matilla, A. (2008). *Lectura de imágenes en la era digital*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Canga Sosa, M. (2019). *Fundamentos de teoría de la imagen*. Madrid: Síntesis.
- Català Domènech, J. M. (2008): *La forma de lo real: introducción a los estudios visuales*. Barcelona: UOC.
- Scharf, A. (2005). *Arte y fotografía*. Madrid: Alianza.
- Sougez, M.-L. (2004). *Historia de la fotografía*. Madrid: Cátedra.
- Arnheim, R. (1999) *Arte y percepción visual*. Madrid: Alianza.
- Newhall, B. (2002). *Historia de la fotografía*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Villafañe, J., Mínguez, N. (2002). *Principios de teoría general de la imagen*. Madrid: Pirámide.
- Tarásov, L., Tarásova, A. (1985). *Charlas sobre la refracción de la luz*. Moscú: MIR.

h. Bibliografía complementaria

- Benjamin, W. (2004). *Sobre la fotografía*. Valencia: Pre-Textos.
- Dubois, P. (1999). *El acto fotográfico*. Barcelona: Paidós.
- Hubel, D. H. (2000). *Ojo, cerebro y visión*. Universidad de Murcia.
- Jaque Rechea, F., García Solé, J. (eds.) (1996). *La luz: el ayer, el hoy y el mañana*. Madrid: Alianza.
- Langford, M. (1990). *La fotografía paso a paso*. Madrid: Hermann Blume.
- López Mondéjar, P. (2005): *Historia de la fotografía en España*. Barcelona: Lunwerk.
- Malacara, D. (1991). *Óptica tradicional y moderna*. México: FCE.
- Rossi, B. (1976). *Fundamentos de óptica*. Barcelona: Reverte

i. Recursos necesarios

Los mismos que se indican en el primer bloque.

**j. Temporalización**

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
0.9	3.7 semanas

Bloque 3: Experiencia y sentido de la imagenCarga de trabajo en créditos ECTS: **a. Contextualización y justificación**

En este bloque se introduce al alumno en el estudio de los procesos que condicionan la percepción visual, haciendo hincapié en algunas de las corrientes teóricas que mejor han explorado ese ámbito, como la Fenomenología, la Teoría de la Gestalt o el Psicoanálisis. Se insiste, además, en la importancia que tienen las emociones y el deseo en nuestra relación con las imágenes, especialmente en el campo de la creatividad, el diseño, la fotografía y la realización de las campañas publicitarias.

b. Objetivos de aprendizaje

Los indicados en el punto 3 del Proyecto

c. Contenidos

3. 1. Teoría de la Configuración
3. 2. La identificación imaginaria
3. 3. Mirada y goce escópico

d. Métodos docentes

Se tomará como referencia el modelo de la clase magistral y nos apoyaremos en el estudio y análisis de casos previos (modelización, aplicación y transferencias, entrenamiento en resolución de nuevos casos en nuevos contextos), lecturas de artículos y libros que contribuyan a profundizar en el conocimiento de los procesos creativos, la formación y la percepción de la imagen. Se invitará a los alumnos a debatir en clase sobre determinados temas del programa y asistir a exposiciones de arte, proyecciones cinematográficas y acontecimientos culturales. Tal y como indica la Memoria del Grado, como criterio general, se aplicarán herramientas de una metodología de enseñanza-aprendizaje basada en una gestión cooperativa, significativa y experiencial en el contexto teórico y práctico del aprendizaje.

e. Plan de trabajo

Clases teóricas combinadas con sesiones de discusión y debate, visionados y ejercicios prácticos. Las tareas previstas para cada día de clase vendrán especificadas en el cronograma publicado en el Campus Virtual.

f. Evaluación

- 1.- Pruebas para evaluar competencias relacionadas con la comprensión, análisis, expresión de la información:
 - Pruebas objetivas (diversas modalidades de test)
 - Pruebas semi-objetivas (cuestionarios de preguntas abiertas y cortas)
 - Pruebas de desarrollo escrito (Pruebas sobre cuestiones a desarrollar)



g. Bibliografía básica

- Arnheim, R. (1999). *Arte y percepción visual*. Madrid: Alianza.
 – (1998). *El pensamiento visual*. Barcelona: Paidós.
 Barthes, R. (1995). *La cámara lúcida*. Barcelona: Paidós.
 Canga Sosa, M. (2019). *Fundamentos de teoría de la imagen*. Madrid: Síntesis.
 González Requena, J., Ortiz de Zárate, A. (1995). *El spot publicitario. Las metamorfosis del deseo*. Madrid: Cátedra.
 Luna, D., Tudela, P. (2006). *Percepción visual*. Madrid: Trotta.
 Pinillos, J. L. (2002). *Principios de psicología*. Alianza: Madrid.
 Freud, S. (1972). *La interpretación de los sueños, Obras Completas, II*, Madrid: Biblioteca Nueva.
 – (1972). *Lecciones introductorias al psicoanálisis, Obras Completas, VI*. Madrid: Biblioteca Nueva.
 Merleau-Ponty, M. (2003). *El mundo de la percepción. Siete conferencias*. Buenos Aires: FCE.
 – (1994). *Fenomenología de la percepción*. Barcelona: Península.

h. Bibliografía complementaria

- Köhler, W. (1967). *Psicología de la configuración. Introducción a los conceptos fundamentales*. Madrid: Ediciones Morata.
 Koffka, K. (1973). *Principios de Psicología de la Forma*. Buenos Aires: Paidós.
 Lacan, J. (1995). *El Seminario 1, Los escritos técnicos de Freud*. Barcelona: Paidós.
 Merleau-Ponty, M. (2010). *Lo visible y lo invisible*. Buenos Aires: Nueva Visión.
 Nasio, J. D. (1992). *La mirada en psicoanálisis*. Barcelona: Gedisa.
 Zunzunegui, S. (1989). *Pensar la imagen*. Cátedra: Madrid.

i. Recursos necesarios

Los mismos que se indican en el primer bloque.

j. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
0.9	3.7 semanas

Bloque 4: La representación visual

Carga de trabajo en créditos ECTS:

a. Contextualización y justificación

En este último bloque se introduce al alumno en el estudio de los diferentes componentes de la imagen estática y cinética, para que aprenda a analizar y realizar diferentes textos audiovisuales, ya se trate de carteles publicitarios, fotografías, documentales o películas de ficción. Se estudiarán desde la configuración de los motivos iconográficos más simples hasta las estructuras compositivas complejas, el montaje de imágenes en movimiento y los procesos narrativos.

b. Objetivos de aprendizaje

Los indicados en el punto 3 del Proyecto



c. Contenidos

4. 1. Espacio, superficie y estructura
4. 2. La imagen en movimiento
4. 3. Montaje y narración

d. Métodos docentes

Se tomará como referencia el modelo de la clase magistral y nos apoyaremos en el estudio y análisis de casos previos (modelización, aplicación y transferencias, entrenamiento en resolución de nuevos casos en nuevos contextos), lecturas de artículos y libros que contribuyan a profundizar en el conocimiento de los procesos creativos, la formación y la percepción de la imagen. Se invitará a los alumnos a debatir en clase sobre determinados temas del programa y asistir a exposiciones de arte, proyecciones cinematográficas y acontecimientos culturales. Tal y como indica la Memoria del Grado, como criterio general, se aplicarán herramientas de una metodología de enseñanza-aprendizaje basada en una gestión cooperativa, significativa y experiencial en el contexto teórico y práctico del aprendizaje.

e. Plan de trabajo

Clases teóricas combinadas con sesiones de discusión y debate, visionados y ejercicios prácticos. Las tareas previstas para cada día de clase vendrán especificadas en el cronograma publicado en el Campus Virtual.

f. Evaluación

- 1.- Pruebas para evaluar competencias relacionadas con la comprensión, análisis, expresión de la información:
- Pruebas objetivas (diversas modalidades de test)
 - Pruebas semi-objetivas (cuestionarios de preguntas abiertas y cortas)
 - Pruebas de desarrollo escrito (Pruebas sobre cuestiones a desarrollar)

g. Bibliografía básica

- Arnheim, R. (1998). *El poder del centro*. Madrid: Alianza.
- (1990). *El cine como arte*. Barcelona: Paidós.
- Aumont, J. (1989). *Estética del cine*. Barcelona: Paidós.
- *Análisis del film*. Barcelona: Paidós, 1990.
- Bazin, A. (2000). *¿Qué es el cine?* Madrid: Rialp.
- Canga Sosa, M. (2019). *Fundamentos de teoría de la imagen*. Madrid: Síntesis.
- Eisenstein, S. M. (2001). *Hacia una teoría del montaje*. Barcelona: Paidós.
- (2002). *Teoría y técnica cinematográficas*. Madrid: Rialp.
- Kandinsky, V. (2004). *Punto y línea sobre el plano. Contribución al análisis de los elementos pictóricos*. Paidós: Barcelona.
- González Requena, J. (2006). *Clásico, manierista, postclásico. Los modos del relato en Hollywood*, Valladolid: Trama y Fondo/Ediciones Castilla.
- (1996). "El texto: tres registros y una dimensión". *Trama y Fondo*, 1, pp. 3-32.
- Gubern, R. (1989). *La imagen pornográfica y otras perversiones ópticas*. Madrid: Akal.

h. Bibliografía complementaria

- Burch, N. (1987). *El tragaluz del infinito*. Madrid: Cátedra.
- Deleuze, G. (1994). *La imagen-movimiento. Estudios sobre cine 1*. Barcelona: Paidós.
- (1996). *La imagen-tiempo. Estudios sobre cine 2*. Barcelona: Paidós.
- Martín Arias, L. (2008). *En los orígenes del cine*. Valladolid: Castilla Ediciones.
- (1997). *El cine como experiencia estética*. Valladolid: Caja España.
- Mity, J. (1989). *Estética y psicología del cine. 1. Las estructuras; Estética y psicología del cine. 2. Las formas*. Madrid: Siglo XXI.
- Moholy-Nagy, L. (2005). *Pintura, fotografía, cine*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Panofsky, E. (1995). *La perspectiva como forma simbólica*. Barcelona: Tusquets.



i. Recursos necesarios

Los mismos que se indican en el primer bloque.

j. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
0.9	3.7 semanas

5. Métodos docentes y principios metodológicos

Los indicados en el punto d de los anteriores bloques.



6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teóricas	30	Estudio y trabajo autónomo individual	50
Clases prácticas	20	Estudio y trabajo autónomo grupal	10
Laboratorios			
Prácticas externas, clínicas o de campo			
Seminarios			
Otras actividades			
Total presencial	50	Total no presencial	60

7. Sistema y características de la evaluación

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Examen de convocatoria ordinaria y extraordinaria	100%	Opcional. El procedimiento se explicará con más detalle en los documentos que subiremos al Campus Virtual al comienzo del curso.
Primera prueba parcial	50%	Opcional. Preguntas tipo test. El procedimiento se explicará con más detalle en los documentos que subiremos al Campus Virtual al comienzo del curso.
Segunda prueba parcial	50%	Opcional. Preguntas tipo test. El procedimiento se explicará con más detalle en los documentos que subiremos al Campus Virtual al comienzo del curso.
Trabajo de análisis	20%	Este trabajo opcional solo podrá ser realizado por quienes elijan el procedimiento de evaluación continua explicado en los documentos que subiremos al Campus Virtual al comienzo del curso, y servirá exclusivamente para subir nota en el porcentaje señalado.
Presentación temática	10%	Se ofrecerá la posibilidad de mejorar la puntuación mediante la exposición en clase de algunos temas relacionados con los contenidos del programa destinados a propiciar sesiones de debate, ya sean individuales o en grupo. Es opcional y será explicado en los documentos que subiremos al Campus Virtual al comienzo del curso.

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- **Convocatoria ordinaria:**
 - Demostrar la adquisición de conocimientos según lo establecido en el programa, siendo necesario obtener una puntuación mínima de 5 sobre 10 para superar la asignatura. Se especificarán los detalles y alternativas de evaluación en documentos específicos que se subirán al Campus Virtual al comienzo del curso, dando opción a los estudiantes para que elijan



lo que más se ajuste a sus necesidades e intereses.

- **Convocatoria extraordinaria:**
 - Lo mismo que en el caso anterior, aunque solo se tendrá en cuenta la puntuación obtenida en el examen de convocatoria extraordinaria.

8. Consideraciones finales

Las clases se desarrollarán durante el primer cuatrimestre del curso 2019-20 desde el 10 de septiembre hasta el 19 de diciembre de 2019, los martes y los jueves, según el horario aprobado por la Junta de Centro. Tanto el programa de contenidos como el Cronograma (que se adjuntará en pdf. en el Campus Virtual) y las pruebas previstas podrán ser modificados en función de las circunstancias y el desarrollo de las actividades académicas. Excepcionalmente, se tomará en consideración la situación de los alumnos que no puedan realizar las pruebas parciales en las fechas marcadas y se buscará una solución alternativa, siempre y cuando justifiquen adecuadamente las causas. Cualquier otro caso y circunstancia será atendido para buscar la mejor solución, dentro siempre del marco establecido por el Reglamento de Ordenación Académica (R.O.A.). Las cuestiones académicas relativas al seguimiento de las clases y posibles modificaciones serán comentadas y consultadas con los representantes oficiales (delegados) de cada grupo. Se especificarán los detalles y alternativas de evaluación en documentos que se subirán al Campus Virtual al comienzo del curso, dando opción a los estudiantes para que elijan el procedimiento que más se ajuste a sus necesidades e intereses. Habrá dos opciones generales: a) evaluación continua; b) realización de los exámenes fechados en convocatoria ordinaria y extraordinaria.