



## Proyecto/Guía docente de la asignatura

<b>Asignatura</b>	OPINIÓN PÚBLICA		
<b>Materia</b>	FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA		
<b>Módulo</b>	OP.2.M1		
<b>Titulación</b>	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas		
<b>Plan</b>	458	<b>Código</b>	42901
<b>Periodo de impartición</b>	Segundo Cuatrimestre	<b>Tipo/Carácter</b>	Optativa (Op)
<b>Nivel/Ciclo</b>	Segundo ciclo	<b>Curso</b>	3
<b>Créditos ECTS</b>	3 créditos ECTS		
<b>Lengua en que se imparte</b>	Español		
<b>Profesor/es responsable/s</b>	Ángel Carrasco Campos		
<b>Departamento(s)</b>	Sociología y Trabajo Social		
<b>Datos de contacto (E-mail, teléfono...)</b>	angel.carrasco.campos@soc.uva.es		



## 1. Situación / Sentido de la Asignatura

### 1.1 Contextualización

La asignatura forma parte de la materia “Fundamentos de la comunicación publicitaria”. Asimismo, la asignatura forma parte de la oferta de optativas de los itinerarios 2 (“Gestión de las relaciones públicas en empresas e instituciones”), 3 (“Planificación estratégica de la comunicación publicitaria”), 4 (“Investigación de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas”), y 5 (“Dirección y consultoría de la comunicación corporativa e institucional”).

En este contexto curricular, la asignatura “Opinión pública” procura contenidos teóricos, conocimientos y herramientas prácticas propias de la sociología para conocer e investigar los procesos gestión, configuración y análisis de la opinión pública.

### 1.2 Relación con otras materias

La asignatura tiene relación con las asignaturas “Psicología de la comunicación” y “Teorías de la comunicación y de la información”, puesto que permite profundizar y ampliar los contenidos teóricos que ofrecen, así como ofrecer casos prácticos de análisis y estudio. Guarda también relación con la asignatura “Métodos y técnicas de investigación social” al ofrecer un ámbito concreto de aplicación de dichas técnicas. Por otra parte, la asignatura guarda también relación, respecto a su objeto de estudio, con las asignaturas “Públicos y usuarios de la comunicación publicitaria”, “Redes sociales de comunicación”. “Fundamentos de las Relaciones Públicas”, “Relaciones públicas institucionales”.

### 1.3 Prerrequisitos

No se establecen prerrequisitos. Se recomienda, no obstante, haber cursado las asignaturas “Teorías de la comunicación y de la información” (primer curso) y “Psicología de la comunicación” (segundo curso). Asimismo, se recomienda un mínimo de hábitos de lectura.



## 2. Competencias

### 2.1 Generales

- CG-1. 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.
- CG-3. Capacidad de reunir e interpretar datos esenciales para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas esenciales de índole social, científica o ética.

### 2.2 Específicas

- CE-1. Conocimientos fundamentales de comunicación.
- CE-4. Conocimiento del entorno. Conocimiento del entorno económico, psicosocial, cultural y demográfico que lo capacite para interactuar con la sociedad.
- CE-15. Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos.
- CE-20. Capacidad para trabajar en equipo, desarrollando la apertura personal a través de la comunicación oral y escrita.
- CE-23. Capacidad de análisis, de síntesis y juicio crítico. Saber objetivar las tareas y relacionar las causas y los efectos.
- CE-27. Capacidad para el análisis objetivo de la realidad y extracción de consideraciones válidas.



### 3. Objetivos

- Proporcionar formación básica integral sobre los aspectos teóricos, metodológicos, contextuales y estratégicos de la opinión pública.
- Facilitar elementos teóricos, conceptuales y metodológicos para comprender la formación de la opinión pública, así como para ejercitar su análisis y potenciar su rol estratégico.
- Fomentar la capacidad crítica, reflexiva y de expresión (tanto oral como escrita) del alumnado.
- Procurar debate crítico en torno a los contenidos de la asignatura y el futuro ejercicio profesional del alumnado.





#### 4. Contenidos y/o bloques temáticos

La asignatura se organiza en sesiones semanales de dos horas (2h) de clase. Para un mejor aprovechamiento del curso se establecerá una dinámica teórico-práctica, con diferentes actividades en casa sesión (ver “d. métodos docentes”).

La composición de la asignatura establece 10 temas que mantienen entre ellos elementos de continuidad. Por esta razón, los contenidos quedan agrupados en un único bloque temático, cuyas características se detallan a continuación.

##### a. Contextualización y justificación

La actividad profesional de la gestión de la comunicación (tanto de la comunicación publicitaria como de las relaciones públicas) exige de un conocimiento de los procesos de formación y análisis de la opinión pública. Esta asignatura pretende un análisis, desde un punto de vista sociológico, del propio concepto de opinión pública, de los procesos psico-sociales de formación de la opinión pública, de los actores y elementos contextuales implicados en ese proceso, de los principales modelos teóricos para su estudio, así como de las estrategias, recursos y herramientas para su observación y análisis.

##### b. Objetivos de aprendizaje

Ver punto 3 de la guía

##### c. Contenidos

Los contenidos de la asignatura quedan organizados a partir de dos bloques temáticos, más abajo detallados. No obstante, el abordaje de dichos bloques se realizará de una manera transversal, mediante sesiones presenciales de tipo teórico-práctico y trabajo autónomo de los alumnos, tanto en grupo como de manera individual (ver métodos docentes).

**TEMA 1: El concepto de opinión pública: primeras aproximaciones**

**TEMA 2: Elementos para el análisis de la opinión pública**

**TEMA 3: Opinión pública, ficción y realidad**

**TEMA 4: Procesos psico-sociales y opinión pública**

**TEMA 5: Espiral del silencio y opinión pública**

**TEMA 6: Líderes de opinión, influenciadores y grupos de presión**

**TEMA 7: Opinión pública, agendas y encuadres**

**TEMA 8: *Fake news* y posverdad**

**TEMA 9: Odio y desinhibición en internet**

**TEMA 10: Tecnopolítica y opinión pública**



#### d. Métodos docentes

---

La docencia presencial de la asignatura queda agrupada en una sesión semanal en las que se combinarán actividades de teoría y de prácticas. En cualquier caso, a pesar del empleo de diferentes métodos docentes y de la distinción en sesiones teóricas y prácticas, se primará ante todo el carácter unitario y teórico-práctico de la asignatura.

Las diferentes sesiones combinarán actividades de explicación por parte del profesor de los diferentes contenidos del temario y de discusión conjunta en el aula a través de debates, comentarios de texto, visionado comentado de material audiovisual, exposiciones orales, etc. En estas actividades se espera cierta implicación del alumnado en el comentario, análisis y preparación mínima de las problemáticas expuestas. Se procurará el trabajo en grupo del alumnado, a través de diferentes grupos de trabajo permanentes a lo largo del curso (ver plan de trabajo).

#### e. Plan de trabajo

---

El trabajo durante las sesiones presenciales combinará la exposición de los conceptos e ideas fundamentales de cada uno de los temas, con el comentario colectivo de diferentes materiales (textos clásicos, artículos científicos, informes o datos institucionales, material audiovisual, etc.).

El trabajo no presencial de la asignatura requerirá la preparación de los materiales teóricos y, eventualmente, la realización de ejercicios breves y/o trabajos tutelados (según disponga el/la profesor/a).

Si fuera preciso, y cuando lo fuera, el/la profesor/a indicará y facilitará aquellos materiales que pudieran utilizarse en actividades presenciales, de acuerdo con las necesidades de cada sesión. Se recomienda a los estudiantes la consulta del campus virtual con regularidad.

Se recomienda el seguimiento presencial de la asignatura tanto para una mejor comprensión de los elementos teóricos de la asignatura, como para la elaboración de las actividades prácticas (cuyas pautas serán explicadas en las sesiones presenciales). Asimismo, se recomienda el seguimiento habitual del campus virtual de la asignatura.

#### f. Evaluación

---

##### **Convocatoria ordinaria**

Se proponen dos modalidades de evaluación:

##### Evaluación continua

La evaluación continua requiere del compromiso de los estudiantes de una actividad y dedicación continuada y regular durante el curso (tanto en el trabajo presencial en el aula como en el trabajo autónomo no presencial).

La evaluación bajo esta modalidad y convocatoria se realizará a partir de la prueba final escrita y de las diferentes tareas solicitadas durante el curso,

##### Evaluación final

Modalidad de evaluación planteada para aquellos estudiantes que, por diferentes razones (incompatibilidad horaria, estudiantes de segunda matrícula, compromisos laborales o familiares, etc.), no puedan comprometerse a un trabajo continuado y regular durante el curso (tanto en actividades presenciales como no presenciales). Salvo circunstancias de fuerza mayor que queden debidamente justificadas, no se admitirá el cambio a la modalidad de evaluación final una vez transcurridas las tres primeras semanas de clase.



La evaluación final se realizará únicamente mediante examen, incluyendo dicho examen preguntas sobre los contenidos fundamentales, así como una pregunta sobre una de las lecturas de la bibliografía complementaria (el profesor indicará la referencia de esta lectura en sesión de tutoría).

#### Convocatoria extraordinaria

La evaluación en convocatoria extraordinaria se realizará únicamente mediante examen.

### g. Bibliografía básica

- ASCH, S. (1951). "Los efectos de la presión de grupo sobre la modificación y deformación de juicios". Versión original en inglés: "Effects of group pressure upon the modification and distortion of judgements". In H. Guetzkow (ed.). *Groups, leadership and men; research in human relations (177-190)*. Oxford (UK): Carnegie Press.
- CANTRIL, H. (1985). "La invasión desde Marte". En M. De Moragas (ed.). *Sociología de la comunicación de masas. Vol. II (91-110)*. Barcelona: Gustavo Gili.
- LIPPMANN, W. (2003). "El mundo exterior y nuestras imágenes mentales". En *La Opinión Pública*. Madrid: Editorial C. de Langre.
- FENOLL, V. (2015). "El trol de internet". *Digitos*, 1, 179-197
- GÓMEZ DE ÁGREDÁ, Á. (2018). "Posverdad y fake news: falsas noticias, no noticias falsas". *Telos*, 109, 18-21.
- MILGRAM, S. (2005). "Los peligros de la obediencia". *Polis*, 11.
- NOELLE-NEUMANN, E. (1995). "La espiral del silencio". En *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós.
- SÁDABA, T. (2001). "Origen, aplicación y límites de la «teoría del encuadre» (framing) en comunicación". *Communication & Society* 14(2), 143-175.
- SAPERAS, E. (1985). "«The People's Choice». El redescubrimiento de los grupos primarios". En *La sociología de la comunicación de masas en los Estados Unidos (131-141)*. Barcelona: Ariel.
- SAPERAS, E. (1987). "La agenda-setting function". En *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas (53-88)*. Barcelona: Ariel.
- TORET, J. (2013). "Multiplicación y difusión de prácticas tecnopolíticas". En *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas (41-54)*. Barcelona: UOC
- URIBE, R. y MANZU, E. (2007). "Los estudios de opinión y su influencia en las preferencias de las personas". *Psyche*, 16(2), 97-105.

### h. Bibliografía complementaria

- ADORNO, T. W. y HORKHEIMER, M. (1998). "La industria cultural". T. W. Adorno y M. Horkheimer. *Dialéctica de la ilustración*. Madrid: Trotta.
- ADORNO, T. W. y otros (2006). "La personalidad autoritaria (prefacio, introducción y conclusiones)". *Empiria*, 12, 155-200.
- APARICI, R. y GARCÍA-MARÍN, R. (coord.). *La posverdad: una cartografía de los medios, las redes y la política*. Barcelona: GEdisa.
- ASCH, S. (1955). "Opinion and Social Pressure". *Scientific American*, 193(5), 31-35.
- BADILLO, Á. y MARENGHI, P. (2003). "La juventud: entre los viejos y los nuevos medios de comunicación". *Estudios de Juventud*, 61(3), pp.65-77.
- BLUMLER, J. G. and KATZ, E. (1974). *The Uses of Mass Communication: Current Perspectives on Gratification Research*. London: Sage.
- BRYANT, J. y ZILLMAN, D. (1996). *Los efectos de los medios de comunicación, Investigaciones y teorías*. Barcelona: Paidós.
- BOURDIEU, P. (1973). "La opinión pública no existe". *Les temps modernes*, 318, pp. 1292-1309.
- BOUZA, F. (1998). "Comunicación política: encuestas, agendas y procesos cognitivos electorales". *Praxis sociológica*, 3, pp. 49-58.
- CHOMSKY, N. (1997). "What Makes Mainstream Media Mainstream". *Z Magazine*.
- CHOMSKY, N. y HERMAN, E. S. (1995). *Los guardianes de la libertad. Propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*. Barcelona: Grijalbo,
- CLAVERO, J. A. (2018). "Posverdad y exposición selectiva a fake news". *Contexto*, 29. 167-180.
- DEWEY, J. (1927). *The Public and its Problems*. New York: Holt.
- EDWARD, D. (2001). "El modelo de propaganda. Una perspectiva". *Rebellion-org*.
- ENTMAN, R. (1993). "Framing: Toward Clarification of a fractured paradigm". *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.



- GONZÁLEZ, J. J. y BOUZA, F. (2009). *Las razones del voto democrático en España (1977-2008)*. Madrid: La catarata.
- HABERMAS, J. (1986). *Historia y crítica de la opinión pública*. México: Gustavo Gili.
- IGARTUA, J.J y HUMANES, M.L. (2004). *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.
- KATZ, E. (1957). "The Two-Step Flow of Communication: An Up-To-Date Report on a Hypothesis". *The Public Opinion Quarterly*, 21(1) 61-78.
- KATZ, E. and LAZARSFELD, P. (1955). *Personal Influence: the Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. Chicago: The Free Press.
- KATZ, E.; HAAS, H. & GUREVITCH, M. (1973). "On the use of the mass media for important things". *American Sociological Review*, 38(2), 164-18.
- LANG, K. y LANG, G. (1966), "The Mass Media and voting". Berelson, B. & Janowitz, M. (eds.). Reader in Public Opinion and Communication. New York: Free Press Paperbacks.
- LAZARSFELD, P. F.; BERELSON, B. & GAUDET, H. (1944). *The people's choice: how the voter makes up his mind in a presidential campaign*. New York: Columbia University Press
- LARA, T. (2009): "La nueva esfera pública. Los medios de comunicación como redes sociales". *Telos*, 76.
- LAZARSFELD, Paul F. (1953). "The election is over". *Public Opinion Quarterly*, 53.
- LIPPMANN, W. (1922). *Public Opinion*. New York: Macmillan.
- LIPPMANN, W. (1925). *The Phantom Public*. New York: Harcourt, Braace and Co.
- LIPPMANN, W. (2003). *La Opinión Pública*. Madrid: Editorial C. de Langre.
- MARTÍNEZ-NICOLÁS, M. (2011). "De la brecha digital a la brecha cívica". *Telos*, 86, 24-36.
- MATTELART, A. y MATTELART, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- McCOMBS, M. and SHAWN, D. (1972). "The agenda-setting function of mass media". *The Public Opinion Quarterly*, 36 (2), pp. 176-187.
- McCOMBS, M. (1994), "Influencing the pictures in our heads: two dimensions of Agenda-setting", *Masu Komyunikeishon Kenkyu (Journal of Mass Communication Studies)*, 45.
- McQUAIL, D. (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- MONZÓN, C. (1996). *Opinión pública, comunicación y política*. Madrid: Tecnos.
- MORAGAS, M. (ed.) (1981). *Sociología de la Comunicación de Masas*. Barcelona: Gustavo Gili. (Varios tomos)
- MUÑOZ ALONSO, A. et al. (1990). *Opinión pública y comunicación política*. Madrid: Eudema.
- NOELLE-NEUMANN, E. (1993). "La espiral del silencio. La opinión pública y los efectos de los medios de comunicación". *Comunicación y sociedad*, 6(1 y 2), 9-28.
- NOELLE-NEUMANN, E. (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós.
- PÉREZ DÍAZ, V. (1997). *Esfera pública y sociedad civil*. Madrid: Taurus.
- PRICE, V. (1994). *La opinión pública*. Barcelona: Paidós.
- RODRÍGUEZ DÍAZ, R. (2004). *Teoría de la agenda setting. Aplicación a la enseñanza universitaria*. Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.
- SAMPEDRO BLANCO, V. (2000). *Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas*. Madrid: Istmo.
- SAMPEDRO BLANCO, V. (2005). *13-M: Multitudes on line*. Madrid: Ediciones La Catarata.
- SANTILLÁN, J. R. (2015). "Teorías de la comunicación y opinión pública". *Razón y Palabra*, 90.
- SAPERAS, E. (1987). *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*. Barcelona: Ariel.
- SAPERAS, E. (1992). *La sociología de la comunicación de masas en los Estados Unidos: una introducción crítica*. Barcelona: Promociones y Publicaciones universitarias, D.L.
- SAPERAS, E. (2012). *Comunicación mediática y sociedad: manual de teoría de la comunicación*. Madrid: OMM.
- SCHEUFELLE, D. A. & TEWKSBURY, D. (2007). "Framing, agenda setting and priming. The evolution of three media effects models". *Journal of Communication*, 57(1), 9-20.
- THOMPSON, J. B. (1996). "La teoría de la esfera pública". *Voces y culturas*, 10.
- THOMPSON, J. B. (1998). *Los media y la modernidad*. Barcelona: Paidós
- TUCHMAN, G. (1978). *MakingNews: A Study in the Construction of Reality*. New York: Free Press.
- WIMMER, R. y DOMINICK, J. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación*. Barcelona, Bosch.
- WOLF, M. (1994). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós.

#### i. Recursos necesarios

---

Todos los recursos empleados a lo largo del curso serán facilitados por el profesor a través del campus virtual de la asignatura.

#### j. Temporalización

---



BLOQUE TEMÁTICO	CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
TEMA 1 (incluye presentación)		2 semanas
TEMA 2		2 semanas
TEMA 3		2 semanas
TEMA 4		1 semana
TEMA 5		1 semana
TEMA 6		1 semana
TEMA 7		1 semana
TEMA 8		2 semanas
TEMA 9		1 semana
TEMA 10		2 semanas

NOTA: el profesor podrá adaptar esta propuesta de temporalización conforme al particular desarrollo del curso

## 5. Métodos docentes y principios metodológicos

- Exposiciones de los temas por parte del profesor/a y comentario conjunto con los alumnos.
- Actividades de presentación, lectura/visionado y discusión de textos, videos, y distinto material audiovisual sobre se realizará trabajo colectivo (alumnos-profesor) durante las horas de clase, como complemento y refuerzo a la exposición del profesor/a.
- Realización de ejercicios sobre los contenidos de la asignatura.
- Orientación, guía y tutela de trabajos individuales y en grupo.
- El campus virtual será una herramienta fundamental de comunicación alumno-profesor, sobre todo para la facilitación de materiales y la entrega de trabajos y ejercicios.



## 6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teórico-prácticas (T/M)	15	Estudio y trabajo autónomo individual	20
Clases prácticas de aula (A)	15	Estudio y trabajo autónomo grupal	20
Evaluación y tutorías	5		
<b>Total presencial</b>	<b>35</b>	<b>Total no presencial</b>	<b>40</b>

## 7. Sistema y características de la evaluación

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
PRUEBA INDIVIDUAL ESCRITA	50%	EVALUACIÓN CONTINUA
EJERCICIOS Y TRABAJOS INDIVIDUALES/GRUPALES	50%	EVALUACIÓN CONTINUA
EXAMEN FINAL	100%	EVALUACIÓN FINAL

### CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- **Convocatoria ordinaria:**
  - Corrección de las ideas y capacidad de análisis, argumentación en el examen.
  - Realización correcta de los ejercicios en el aula (actividades formativas en el aula).
  - Trabajo organizado, fundamentado, sistemático y sin evidencias de plagio.
- **Convocatoria extraordinaria:**
  - Corrección de las ideas y capacidad de análisis, argumentación en el examen.
  - Trabajo y/o ejercicios organizado, fundamentado, argumentado, sistemático y sin evidencias de plagio.

## 8. Consideraciones finales

METODOLOGÍA DOCENTE Y SISTEMA DE EVALUACIÓN



Dado que la metodología docente está pensada para un desarrollo continuo de los temas mediante procesos participados, se establece de manera preferente un proceso de evaluación continua, tanto para teoría como para prácticas.

Quienes no puedan comprometerse a un trabajo continuado y presencial regular durante el curso (incompatibilidad horaria, estudiantes de segunda matrícula, etc.) podrán acogerse a una evaluación final (no continua) para facilitar el seguimiento no asistencial de la asignatura. Para ello, deberán confirmar con el profesor esa circunstancia durante las tres primeras semanas del curso en una reunión de tutoría en la que se establecerán las condiciones de evaluación y plan de trabajo. Bajo esta modalidad de evaluación se recomienda, en cualquier caso, la asistencia a tutorías, según las posibilidades de cada estudiante.

Salvo circunstancias de fuerza mayor debidamente justificadas, no se admitirá el cambio de modalidad de evaluación final una vez transcurridas las tres primeras semanas de clase.

#### MATERIALES PARA EL SEGUIMIENTO DE LA ASIGNATURA

- Lecturas básicas: Se consideran materiales de contenidos fundamentales para poder superar la asignatura. El profesor los facilitará a través del campus virtual antes de cada sesión para su adecuada preparación, de acuerdo con la metodología docente
- Notas del profesor: Son los materiales que se emplearán como guía para las lecturas básicas. Servirán de apoyo a los estudiantes tanto durante la preparación de las lecciones fuera de clase como durante las exposiciones y presentaciones de contenidos en el aula. No deben considerarse apuntes del curso: su contenido no es suficiente para poder superar la asignatura, sino que debe ser completado con las lecturas básicas, apuntes personales de clase, bibliografía adicional, etc.
- Materiales complementarios: documentación de apoyo de diferente tipo (vídeos, noticias, enlaces web, etc.).

#### USO DEL CAMPUS VIRTUAL Y COMUNICACIÓN CON EL PROFESOR

El campus virtual de la asignatura será un importante recurso docente a lo largo del curso, no sólo como repositorio de contenidos sino también como medio de comunicación entre alumnado y profesores. Por tanto, es muy recomendable su visita regular.

- El campus virtual se empleará como repositorio de materiales docentes y medio para la recogida de tareas y trabajos. Se podrán usar foros y wikis como espacios de cooperación y colaboración fuera del aula.
- La comunicación profesor-alumno fuera del aula se establecerá preferentemente a través del servicio de mensajería del campus virtual y del correo electrónico institucional del profesor.
- Bajo cualquiera de las dos modalidades, los mensajes deberán redactarse con un mínimo de corrección formal (no se admitirá su uso como chat o conversación con el profesor, aspecto para el cual se facilita el espacio de tutorías).
- Los mensajes con el profesor deberán indicar convenientemente en el asunto o encabezado del mensaje el nombre, curso y grupo de la asignatura ("Opinión pública 19/20"), y en la firma del mensaje se deberá indicar el nombre apellidos del estudiante.



- El profesor podrá contactar con los estudiantes a través del servicio de mensajería del campus virtual, y se considerarán comunicaciones oficiales. Por ello, se recomienda a los estudiantes el uso de su cuenta institucional de correo electrónico (@alumnos.uva.es) para estar al corriente de notificaciones y mensajes.

### TUTORÍAS

El horario de tutorías podrá consultarse en la página web del centro, así como en el campus virtual de la asignatura. Para confirmar disponibilidad horaria es preciso concertar previamente con el profesor por escrito, mediante correo electrónico o mensaje a través del campus virtual. En dicho mensaje se indicarán los aspectos a tratar en la reunión, para que el profesor pueda reservar el tiempo suficiente y preparar convenientemente la cita.

