



## Proyecto/Guía docente de la asignatura Adaptada a la Nueva Normalidad

<b>Asignatura</b>	PUBLICIDAD POLÍTICA Y PROPAGANDA		
<b>Materia</b>	M4- La dimensión psico-socio-cultural de la publicidad y la emergencia de los públicos		
<b>Módulo</b>			
<b>Titulación</b>	PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS		
<b>Plan</b>	958	<b>Código</b>	OP.23.M4
<b>Periodo de impartición</b>	Primer semestre	<b>Tipo/Carácter</b>	Optativa
<b>Nivel/Ciclo</b>	Grado	<b>Curso</b>	Cuarto
<b>Créditos ECTS</b>	3		
<b>Lengua en que se imparte</b>	Español		
<b>Profesor/es responsable/s</b>	Manuel Antonio Pacheco Barrio		
<b>Datos de contacto (E-mail, teléfono...)</b>	<a href="mailto:Manuelantonio.pacheco@uva.es">Manuelantonio.pacheco@uva.es</a>		
<b>Departamento</b>	Contemporánea, de América, Periodismo, Comunicación Audiovisual		



## 1. Situación / Sentido de la Asignatura

---

### 1.1 Contextualización

---

La asignatura se ubica en la Materia 4: La dimensión psico-socio-cultural de la publicidad y la emergencia de los públicos. La materia facilita el aprendizaje de procedimientos, conocimientos y capacidades básicos para el desarrollo de una actividad profesional y/o académica en el ámbito del sistema publicitario centrado en la relación con los públicos. La asignatura se ubica como optativa de cuarto curso de grado.

### 1.2 Relación con otras materias

---

Es una materia específica que tiene un carácter instrumental o de fundamentación por los conocimientos específicos que aporta. Las competencias generales y específicas que se han desarrollado en la materia 4 sirven de base para desarrollar los aspectos más específicos que se abordan en la materia. También hay una conexión destacada con la materia 6: Gestión de intangibles: cultura y comunicación corporativa e institucional, ya que se abordan cuestiones relativas a instituciones políticas y culturales y por otro lado, con la materia 5 centrada en el campo de las RR.PP.

### 1.3 Prerrequisitos

---

No existen requisitos previos para cursar esta materia.

## 2. Competencias

### 2.1 Generales

CODIGO	COMPETENCIAS GENERALES
	<b>COMPETENCIAS INSTRUMENTALES</b>
CG-1	<b>Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos sobre el campo científico al que se adscribe el grado</b> y de algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de ese campo.
CG-2	<b>Capacidad de aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y poseer las competencias que suelen demostrarse</b> por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
CG-3	<b>Capacidad de reunir e interpretar datos esenciales</b> (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas esenciales de índole social, científica o ética.
CG-4	<b>Capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones</b> a un público tanto especializado como no especializado.
CG-5	<b>Desarrollo de aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.</b>
CG-6	<b>Desarrollo de un compromiso ético en su configuración como profesional</b> , 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

CE	COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
	<b>COMPETENCIAS ACADÉMICAS-DISCIPLINARES</b>
CE-3	<b>Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio.</b>
CE-4	<b>Conocimiento del entorno.</b> Conocimiento del entorno económico, psicosocial, cultural y demográfico que lo capacite para interactuar con la sociedad.
	<b>COMPETENCIAS PROFESIONALES</b>
CE-8	<b>Capacidad y habilidad para responsabilizarse del Área de comunicación de un organismo o empresa.</b> Su labor se fundamenta en establecer los contactos con los diferentes públicos tanto internos como externos, así como de la planificación, control y gestión del plan de comunicación anual.
CE-9	<b>Capacidad y habilidad para establecer el plan de comunicación:</b> fijar los objetivos de comunicación, definir el público objetivo, plantear las estrategias y controlar el presupuesto de comunicación de un partido o institución política.
CE-12	<b>Capacidad y habilidad para ejercer las funciones que desarrolla el gabinete de comunicación de un partido o institución.</b>
CE-13	<b>Capacidad para definir y gestionar los presupuestos de comunicación</b> para la correcta imputación de sus costes.
	<b>COMPETENCIAS TRANSVERSALES</b>
CE-19	<b>Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno</b> sin perder su autonomía, conservando su propia identidad y valores.
CE-20	<b>Capacidad para trabajar en equipo</b> , desarrollando la apertura personal a través de la comunicación oral y escrita.
CE-21	<b>Capacidad de perspicacia, de ingenio y creatividad</b> que le permita hallar soluciones eficaces a problemas inéditos.



CE-23	<b>Capacidad de análisis, de síntesis y juicio crítico.</b> Saber objetivar las tareas y relacionar las causas y los efectos.
CE-24	<b>Saber gestionar el tiempo,</b> con habilidad para la organización y temporalización de las tareas.
CE-26	<b>Capacidad para la gestión económica y presupuestaria</b> en su ámbito de actividad.
CE-27	<b>Capacidad para el análisis objetivo de la realidad</b> y extracción de consideraciones válidas.

### 3. Objetivos

Los objetivos fundamentales es que el alumnado tenga unos conocimientos básicos sobre la publicidad política y la propaganda que le ayuden a comprender mejor los procesos comunicativos utilizados por los partidos políticos y las instituciones tanto en campañas electorales como en el día a día en su relación con los ciudadanos.

Para conseguir este primer objetivo, tiene que desarrollar la capacidad de análisis de las cuestiones de la actualidad política informativa para poder discernir cómo se afronta estos procesos comunicativos, qué campañas de publicidad se ponen en marcha y por qué, así como otras vías de publicidad y propaganda desde los partidos políticos y las instituciones públicas.

Desarrollar el espíritu crítico de la realidad política partiendo del análisis de estas campañas publicitarias. Intentar discernir qué es publicidad y qué es propaganda y por qué se ponen en marcha estas maquinarias.

Ser capaz de elaborar una campaña de publicidad política centrada en períodos electorales



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

##### a. Contextualización y justificación

Conocer los orígenes de la propaganda y de la publicidad política, un breve repaso histórico y algunas de las técnicas utilizadas

##### b. Objetivos de aprendizaje

Tener un conocimiento general de qué es la propaganda y la publicidad política, para qué y cuándo se utiliza.

##### c. Contenidos

- 1.- Introducción a la comunicación política
- 2.- La propaganda
- 3.- Las campañas electorales
- 4.- La elaboración del mensaje electoral
- 5.- La publicidad política en los medios de comunicación
- 6.- La comunicación institucional

##### d. Métodos docentes

DOCENCIA BIMODAL: debido a la limitación de la capacidad de las aulas para el mantenimiento de la distancia social, se optará por esta modalidad docente. Los alumnos se alternarán en la asistencia al aula, el resto de los alumnos seguirán la actividad a través de la retransmisión síncrona por vídeo conferencia.

En el plan de trabajo se concretan las diferentes modalidades de la metodología aplicadas a cada unidad temática.

MODALIDAD BIMODAL DOCENCIA INVERSA: Dirigida a las actividades prácticas de la asignatura. Se proporciona el apoyo de materiales docentes (material didáctico, ejercicios y problemas resueltos) que se complementan con píldoras de conocimiento (vídeos cortos dirigidos a la resolución de cuestiones específicas de la materia) disponibles para los alumnos.

TUTORÍAS INDIVIDUALES y en GRUPOS DE TRABAJO PEQUEÑO: Dirigidas al seguimiento y evaluación de las actividades prácticas de los alumnos. Se llevarán a cabo en modo presencial o remoto a través de vídeo conferencia en función de las condiciones de asistencia en el aula.

##### e. Plan de trabajo

#### Tema 1. La Propaganda

Introducción al tema 1 (teoría).



Modalidad de docencia inversa: Material de apoyo en el campus virtual

## **Tema 2. Revolución, Guerra, Deporte y Propaganda**

Introducción al tema 2 (teoría).

Modalidad de docencia inversa: Material de apoyo en el campus virtual

**Actividad práctica tema 2.** Evaluativa e individual (implementada a través de herramientas de comprensión de contenidos).

## **Tema 3. Terrorismo 2.0: la utilización de la propaganda para implantar el terror**

Introducción al tema 3 (teoría)..

Modalidad de docencia inversa: Material de apoyo en el campus virtual

**Actividad práctica tema 3.** Individual. Desarrollo previo de grupo y puesta en práctica en sesión en el aula sobre las campañas electorales.

## **Tema 4. - La conquista del poder en la democracia mediante la comunicación política**

Introducción al tema 4 (teoría).

Modalidad de docencia inversa: Material de apoyo en el campus virtual

**Actividad práctica tema 4:** Trabajo individual sobre los mensajes y publicidad electoral.

## **Tema 5. Las campañas electorales**

Introducción al tema 5 (teoría).

Modalidad de docencia inversa: Material de apoyo en el campus virtual

. Actividad práctica tema 5. Práctica individual

## **Tema 6. La .- La publicidad política**

Introducción al tema 6 (teoría).

Modalidad de docencia inversa: Material de apoyo en el campus virtual

**Actividad práctica tema 6.** Práctica individual

### **f. Evaluación**

---

1.- Pruebas para evaluar competencias relacionadas con la comprensión, análisis, expresión de la información:

**Evaluación de contenidos** que incluye:

- Prueba objetiva: Preguntas de comprensión de contenidos cortas y a desarrollar. (con justificación de respuesta).

2.- Pruebas de seguimiento de la evaluación continua para adquirir competencias relacionadas con la aplicación de técnicas, procedimientos o protocolos de actuación y resolución de problemas...



## **g Material docente**

---

La asignatura sigue básicamente en el manual:

PACHECO, M. (2021) : :PUBLICIDAD POLÍTICA Y PROPAGANDA: De la expansión del siglo XX a la transformación en la Era de Internet, Asociación Veritas y Omnia Mutantur, Madrid .

Presentaciones elaboradas por el profesor.

Artículos relacionados con la temática de la asignatura: propaganda y publicidad y política.

### **g.1 Bibliografía básica**

---

ARROYO, Luis y YUS, Magali (2003): Los cien errores de la comunicación de las organizaciones, Esic Editorial, Madrid.

BARRANCO, Francisco Javier (2003): Marketing político, Pirámide, Madrid.

CANEL, M<sup>a</sup> José (2008): Comunicación Política. Una guía para su estudio y práctica, Tecnos, Madrid,

DURANDIN, Guy (1992): La mentira en la propaganda política y en la publicidad, Paidós, Barcelona.

MAAREK, Philippe( 2005): Marketing político y comunicación, Paidós, Barcelona.

MARTINEZ I COMA, Ferrán (2008): ¿Por qué importan las campañas electorales?, CIS.

MARTINEZ PANDIANI, Gustavo(2004): Marketing Político. Campañas, medios y estrategias electorales, Ugerman Editor, Buenos Aires.

MORRIS, Dick (2003): El Nuevo Príncipe. Maquiavelo actualizado para el siglo XXI, El Ateneo, Buenos, Ariel.

REYZÁBAL, M<sup>a</sup> Victoria (2002): Didáctica de los discursos persuasivos, La Muralla, Madrid, 2002.

ZAMORA, Rocío, El candidato marca. Cómo gestionar la imagen de un líder político, Fragua, Madrid, 2009.

### **g.2 Bibliografía complementaria**

---

ARROYO, Luis, El poder político en escena, RBA, Barcelona, 2012.

CUESTA, Ubaldo, CANEL, M<sup>a</sup> José y G. GURRIONERO, Mario (eds.), Comunicación y terrorismo, Tecnos, Madrid, 2012.

IGLESIAS, Pablo (2015): Una nueva Transición. Materiales del año del cambio, Akal, Madrid.

LEGUINA, Joaquín (2012): El camino de vuelta: De la victoria de Felipe González a la crisis del PSOE, LA Esfera de los libros, Madrid.

LUNTZ, Frank, La palabra es poder, La esfera de los libros, Madrid, 2011.

MERLOS, Alfonso (2016): Cristina Cifuentes: una política sin ataduras y el futuro del PP, La Esfera de los Libros, Madrid.

PENADÉS, Alberto y PAVIA, José Manuel (2016): La reforma electoral perfecta, Los libros de la catarata, Madrid.

REVILLA, Miguel Ángel (2014) : Nadie es más que nadie, Espasa, Madrid.

RIVERA, Albert (2015): El cambio sensato, Espasa, Barcelona.



STORM, Moren (2015): Mi vida en Al Qaeda, Península.

TORRS, Manuel (2014): Al Andalus 2.0. La ciber-yihad contra España, GESi, Granada.

### g.3 Otros recursos telemáticos (píldoras de conocimiento, blogs, videos, revistas digitales, cursos masivos (MOOC), ...)

#### h. Recursos necesarios

Se facilitarán una serie de artículos con los hay que trabajar en las distintas prácticas propuestas a lo largo de la asignatura.

#### i. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
Tema 1 (0,25)	Semana 1
Tema 2 (0,75)	Semana 2 - 3
Tema 3 (0,50)	Semana 4 - 5
Tema 4 (0,50)	Semana 6 - 7
Tema 5 (0,50)	Semana 8 - 9
Tema 6 (0,50)	Semana 10 -11

### 5. Métodos docentes y principios metodológicos

- **Modalidad presencial segura para clases magistrales con retransmisión síncrona.** En la introducción a cada tema se recurrirá a esta modalidad metodológica para la descripción del marco general de la actividad de la planificación de medios, su desarrollo, evolución e implicaciones en la práctica.
- **Metodología bimodal. Docencia inversa para las actividades prácticas y la solución de problemas:** Aplicada a las actividades prácticas programadas en cada tema. Mediante vídeo–presentación de la actividad paso a paso, se proporcionan los materiales en el campus virtual, para que los alumnos puedan desarrollar las actividades programadas.. El seguimiento de la actividad práctica se realizará en el aula con asistencia de los alumnos en grupos pequeños.

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

ACTIVIDADES PRESENCIALES o PRESENCIALES A DISTANCIA <sup>(1)</sup>	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Introducción al tema 1. Presencial con retransmisión síncrona o video conferencia.	2	Lectura materiales complementarios.	2
Introducción al tema 2. Presencial con retransmisión síncrona o video conferencia.	4	Vídeos y materiales complementarios	4





Práctica tema 2.	2	Entrega de preguntas para la reflexión tema 2 en el campus virtual	4
Introducción al tema 3. Video-tutorial actividad práctica.	4	Preparación evaluación contenidos tema 3	4
Actividad práctica tema 3.	2	Entrega actividad práctica 3 campus virtual.	4
Introducción al tema 4	2	Lectura de material tema 4	2
Actividad práctica tema 4	2	Entrega de la práctica del tema.	4
Introducción al tema 5 (teoría). Introducción video-tutorial	2	Preparación tema 5	2
Práctica tema 5.	2	Entrega de la práctica del tema 5.	4
Introducción al tema 6 (teoría). Introducción video-tutorial	4	Preparación tema 6	2
Resolución ejercicios tema 6 (píldoras en vídeo)	4	Práctica tema 6.	4
		Preparación evaluación final	9
Total presencial	<b>30</b>	Total no presencial	<b>45</b>
TOTAL presencial + no presencial			<b>75</b>

(1) Actividad presencial a distancia es cuando un grupo sigue una videoconferencia de forma síncrona a la clase impartida por el profesor para otro grupo presente en el aula.

## 7. Sistema y características de la evaluación

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Práctica tema 2	10%	Para puntuarlo debe superar correctamente el 50% de los contenidos.
Práctica tema 3	10%	Para puntuarlo debe superar correctamente el 50% de los contenidos.
Práctica tema 4	10%	Para puntuarlo debe superar correctamente el 50% de los contenidos.
Práctica tema 5	10%	Para puntuarlo debe superar correctamente el 50% de los contenidos.
Práctica tema 6	10%	Si supera el 50% de los contenidos
Prueba final en el campus virtual	50%	Para evaluarlo debe aprobar superando el 50% de los contenidos correctamente.

### CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Si se detecta algún plagio o copia en alguno de los trabajos presentados a lo largo del curso, la asignatura quedará directamente suspensa en esa convocatoria.

No se admitirá la entrega de ningún trabajo fuera de los plazos previstos.

- **Convocatoria ordinaria:**

EVALUACIÓN CONTINUA: Según se ha detallado en los instrumentos de evaluación se llevará a cabo la



evaluación continua a través de la entrega de las actividades programadas en la asignatura. Podrán optar a la evaluación continua los estudiantes que acudan al 75% de las clases. Todas las actividades tienen el mismo peso en la evaluación, pero es necesario responder correctamente al 50% de los aspectos evaluados en la actividad para que contribuya a la nota final.

Quienes aprueben las prácticas se podrán presentar al examen en el campus virtual.

Las actividades programadas en la evaluación continua deben ser entregadas en las fechas publicadas en el campus virtual.

Para aprobar por evaluación continua hay que tener aprobadas las dos partes: las prácticas y el examen del campus virtual.

Los alumnos que no superen la materia por evaluación continua podrán optar a superar la asignatura a través de la convocatoria oficial de examen evaluada sobre el 100% de la nota.

- **Convocatoria extraordinaria:**

Examen con preguntas cortas y a desarrollar que tiene un valor sobre el 100% total.

## 8. Consideraciones finales

**Adenda a la Guía Docente de la asignatura****A4. Contenidos y/o bloques temáticos**Carga de trabajo en créditos ECTS: **c. Contenidos Adaptados a formación online**

- 1.-. La propaganda
- 2.- Revolución, Guerra, deporte y Propaganda
- 3.- Terrorismo 2.0: la utilización de la propaganda para implantar el terror
- 4.- La conquista del poder en la democracia mediante la comunicación política
- 5.- . Las campañas electorales
- 6.- La publicidad política

**d. Métodos docentes online****e. Plan de trabajo online**

ACTIVIDADES PRESENCIALES o PRESENCIALES A DISTANCIA <sup>(1)</sup>	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Introducción al tema 1. Presencial con retransmisión síncrona o video conferencia.	2	Lectura materiales complementarios.	2
Introducción al tema 2. Presencial con retransmisión síncrona o video conferencia.	4	Videos y materiales complementarios	4
Práctica tema 2.	2	Entrega de preguntas para la reflexión tema 2 en el campus virtual	4
Introducción al tema 3. Video-tutorial actividad práctica.	4	Preparación evaluación contenidos tema 3	4
Actividad práctica tema 3.	2	Entrega actividad práctica 3 campus virtual.	4
Introducción al tema 4	2	Lectura de material tema 4	2
Actividad práctica tema 4	2	Entrega de la práctica del tema.	4
Introducción al tema 5 (teoría). Introducción video-tutorial	2	Preparación tema 5	2
Práctica tema 5.	2	Entrega de la práctica del tema 5.	4
Introducción al tema 6 (teoría). Introducción video-tutorial	4	Preparación tema 6	2
Resolución ejercicios tema 6 (píldoras en vídeo)	4	Práctica tema 6.	4



		Preparación evaluación final	14
Total presencial	30	Total no presencial	50
TOTAL presencial + no presencial			80

#### f. Evaluación online

#### i. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
Tema 1 (0,25)	Semana 1
Tema 2 (0,75)	Semana 2 - 3
Tema 3 (0,50)	Semana 4 - 5
Tema 4 (0,50)	Semana 6 - 7
Tema 5 (0,50)	Semana 8 - 9
Tema 6 (0,50)	Semana 10 -11

### A5. Métodos docentes y principios metodológicos

- **Vídeo conferencia para clases magistrales con retransmisión síncrona y grabación.** En la introducción a cada tema se recurrirá a esta modalidad metodológica para la descripción del marco general de la actividad de la planificación de medios, su desarrollo, evolución e implicaciones en la práctica. Estas actividades se llevarán a cabo por videoconferencia y quedarán grabadas –si la capacidad del servidor lo permite- para que puedan ser consultadas por los alumnos.
- **Metodología bimodal. Docencia inversa para las actividades prácticas y la solución de problemas:** Aplicada a las actividades prácticas programadas en cada tema. Mediante un vídeo –presentación de la actividad paso a paso, se proporcionan los materiales en el campus virtual, para que los alumnos puedan desarrollar las actividades programadas. Las presentaciones tienen diferente modalidad, vídeos cortos de 10-15 minutos que guían la actividad paso a paso. Estarán disponibles en el campus virtual para que puedan ser visionados las veces que sean necesarios, junto con los materiales que indican la actividad. El seguimiento de la actividad práctica se realizará con tutorías grupales por video conferencia.
- **Métodos de proyectos que facilitan el procedimiento creativo y de toma de decisiones en el entorno de la comunicación:** se favorecen la creatividad y la toma de decisiones, a partir de una propuesta concreta, reproduciendo procesos creativos y entornos semejantes a las rutinas y protocolos profesionales. Esta metodología será desarrollada en grupos de trabajo a distancia, teniendo en cuenta las restricciones y el distanciamiento social de la situación, sólo se abordará por los alumnos que quieran desarrollar su proyecto de planificación y seguimiento de la campaña. Será tutelada mediante tutorías por acceso remoto y se implementará el trabajo en grupo a través de las herramientas de trabajo en grupo como tello o similares.

**A6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura**

ACTIVIDADES PRESENCIALES o PRESENCIALES A DISTANCIA <sup>(1)</sup>	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Introducción al tema 1. Vídeo conferencia retransmisión síncrona y grabación	2	Lectura materiales tema 1	2
Introducción al tema 2. Vídeo conferencia retransmisión síncrona y grabación	4	Lectura materiales tema 2	2
Evaluación contenidos tema 2 interactiva Tutoría presencial grupo o tutoría virtual.	2	Preparación evaluación contenidos tema 2	4
Introducción al tema 3. Video-tutorial actividad práctica.	4	Preparación contenidos tema 3	2
Actividad práctica tema 3. Tutoría virtual en grupos de trabajo	2	Entrega actividad práctica 3 campus virtual.	4
Introducción al tema 4. Vídeo conferencia retransmisión síncrona y grabación	2	Lectura de material tema 4	2
Actividad práctica tema 4	2	Entrega práctica tema 4	4
Introducción al tema 5 (teoría). Introducción video-tutorial	2	Preparación tema 5	2
Práctica tema 5	4	Entrega práctica tema 5,	4
Introducción tema 6	4	Materiales tema 6	2
Práctica tema 6	2	Entrega práctica tema 6.	4
		Preparación evaluación final	16
Total presencial	<b>30</b>	Total no presencial	<b>50</b>
		TOTAL presencial + no presencial	<b>80</b>

<sup>(2)</sup> Actividad presencial a distancia en este contexto es cuando el grupo sigue por videoconferencia la clase impartida por el profesor en el horario publicado para la asignatura.

**A7. Sistema y características de la evaluación**

Criterio: cuando más del 50% de los días lectivos del cuatrimestre transcurran en situación de contingencia, se asumirán como criterios de evaluación los indicados en la adenda.

Los instrumentos de evaluación serán los mismos que se han definido anteriormente, la evaluación continua ser llevará a través de la entrega de tareas por el campus virtual y las evaluaciones de las actividades prácticas. En el campus virtual se determinarán los plazos de entrega acordes con las circunstancias.

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Práctica tema 2	10%	Requiere superar satisfactoriamente el 50% de los contenidos (presencial)
Práctica tema 3	10%	Requiere superar satisfactoriamente el 50% de los contenidos (presencial)
Trabajo en grupo tema 4	10%	Requiere superar satisfactoriamente el 50% de los contenidos (presencial)



Evaluación contenidos y resolución de problemas tema 5	10%	Requiere superar satisfactoriamente el 50% de los contenidos (presencial)
Evaluación contenidos y resolución de problemas tema 6	10%	Si supera el 50% de los contenidos
Prueba final en el campus	50%	Superar el 50% de los contenidos.

#### CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Si se detecta algún plagio o copia en alguno de los trabajos presentados a lo largo del curso, la asignatura quedará directamente suspensa en esa convocatoria.

No se admitirá la entrega de ningún trabajo fuera de los plazos previstos.

- **Convocatoria ordinaria:**

Según se ha detallado en los instrumentos de evaluación se llevará a cabo la evaluación continua a través de la entrega de las actividades programadas en la asignatura. Todas las actividades tienen el mismo peso en la evaluación (excepto la prueba final del campus), pero es necesario responder correctamente al 50% de los aspectos evaluados en la actividad para que contribuya a la nota final y que esté aprobada la parte de las prácticas y la prueba en el campus virtual. Para optar a evaluación continua hay que acudir el 75% de las clases.

Las actividades programadas en la evaluación continua deben ser entregadas en las fechas publicadas en el campus virtual.

Los alumnos que no superen la materia por evaluación continua podrán optar a superar la asignatura a través de la convocatoria oficial de examen evaluada sobre el 100% de la nota.

- **Convocatoria extraordinaria:**

Examen con preguntas cortas y a desarrollar que tiene un valor sobre el 100% total.