

**Proyecto/Guía docente de la asignatura**

Se debe indicar de forma fiel cómo va a ser desarrollada la docencia. Esta guía debe ser elaborada teniendo en cuenta a todos los profesores de la asignatura. Conocidos los espacios y profesorado disponible, se debe buscar la máxima presencialidad posible del estudiante siempre respetando las capacidades de los espacios asignados por el centro y justificando cualquier adaptación que se realice respecto a la memoria de verificación. Si la docencia de alguna asignatura fuese en parte online, deben respetarse los horarios tanto de clase como de tutorías). La planificación académica podrá sufrir modificaciones de acuerdo con la actualización de las condiciones sanitarias.

Asignatura	Comunicación y Cibersociedad		
Materia			
Módulo	M2: Comunicación Social y Opinión Pública en la Historia		
Titulación	Máster en Investigación de la comunicación como agente histórico-social		
Plan	486	Código	52326
Periodo de impartición	2º semestre	Tipo/Carácter	Optativa
Nivel/Ciclo	Máster	Curso	1º
Créditos ECTS	6		
Lengua en que se imparte	Español		
Profesor/es responsable/s	Pilar Sánchez-García Estrella Alonso del Barrio Patricia Durántez Stolle		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	Correo electrónico: pilar.sanchez@uva.es Teléfono: 983-423-000 (6645) Correo electrónico: patricia.durantez@uva.es Teléfono: 983-423-000 (preguntar extensión) Correo electrónico: mariaestrella.alonso@uva.es Teléfono: 983-423-000 Ext. 6633		
Departamento	Historia Moderna, Contemporánea y de América, Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad		



1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

Esta asignatura presenta al alumno una introducción a los conceptos que habrá de comprender y utilizar en la era de la comunicación digital. El objetivo es entender el nuevo entorno de la sociedad comunicacional condicionada por la proliferación que, desde los años 90, han venido registrando Internet en las sociedades occidentales contemporáneas.

1.2 Relación con otras materias

Esta asignatura se complementa con aquellas otras incluidas dentro del Módulo 1, como: Introducción a la investigación en Ciencias Sociales, Fuentes y sistemas de gestión documental, Fundamentos históricos en la evolución de la comunicación social y El discurso de los medios de comunicación y la construcción de las identidades; así como, dentro del Módulo 2: Nuevos movimientos sociales y comunicación pública, y Nuevas tendencias en el Periodismo y en la Comunicación.

1.3 Prerrequisitos

- Curiosidad por los acontecimientos sociales y comunicativos que implica el desarrollo de la sociedad comunicacional del siglo XXI
- Interés por desarrollar tareas de investigación, profundizar en el aprendizaje y en el conocimiento de los agentes sociales implicados en la cibersociedad
- Habilidad social para trabajar en equipo, haciendo uso de las herramientas colaborativas del entorno digital
- Constancia para desarrollar un trabajo autónomo a largo plazo, con apoyo de los nuevos medios

2. Competencias

2.1 Generales

G.1. Resolución de problemas y toma de decisiones. El logro de esta competencia implica ser capaz de, a partir de los conocimientos adquiridos, resolver problemas –o emitir un juicio sobre los mismos- sean éstos de índole teórica, práctica, o técnica; así como hacerlo de forma razonada, prudente, con empatía y eficacia, en un entorno cambiante y complejo como el actual, desde una óptica multidisciplinar.

G.2. Capacidad de análisis y síntesis. El logro de esta competencia implica ser capaz de definir, distinguir y relacionar tanto los conceptos básicos como las premisas sobre las que se construye la exposición de cualquier argumento, así como de enunciar y fundamentar su contenido de forma sintética y crítica, en el contexto –científico, político, mediático, organizacional o del tipo que sea- en el que se presentan.

G.3. Planificación y organización. La adquisición de esta competencia significa ser capaz de determinar los objetivos, fines o prioridades del trabajo a desempeñar, organizando los plazos y los recursos necesarios y controlando los procesos establecidos.

G.4. Comunicación oral y escrita de un trabajo científico. El logro de esta competencia implica comprender y expresarse de forma correcta, tanto por escrito como oralmente. Ser capaz de comunicar conocimientos, ideas, proyectos y procedimientos de trabajo, correspondientes al ámbito científico, de forma clara.



G. 5. Utilización de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación. La adquisición de esta competencia supone la capacidad para utilizar las TIC como herramienta de comunicación, acceso a las fuentes de información, archivo de datos y documentos, así como para la presentación, aprendizaje, investigación y trabajo cooperativo.

G. 6. Gestión y búsqueda de la información. El logro de esta competencia significa ser capaz de buscar, seleccionar, ordenar y relacionar informaciones provenientes de distintas fuentes.

G.7. Trabajo autónomo y en equipo. El logro de esta competencia comporta poseer las habilidades de aprendizaje necesarias que le permitan continuar estudiando e investigando de forma autónoma y, también, para trabajar en equipo.

2.2 Específicas

E.1.1 Capacidad de concebir, diseñar, poner en práctica y adoptar un proceso sustancial de investigación en el entorno de la influencia de los medios de comunicación social en la formación de la opinión pública y, por tanto, en el desarrollo de la historia.

E.1.2. Integrar conocimientos de las distintas áreas que conforman este itinerario y afrontar su complejidad. Ser capaces de formular juicios a partir de la información recopilada en temas relacionados con la comunicación, el ejercicio del periodismo, la evolución histórica, la formación de la opinión pública o los debates sociales que genera el mundo actual.

E.1.3 Desarrollar habilidades que les permitan continuar su aprendizaje de manera autodirigida o autónoma en el campo de la comunicación y de la historia, afrontando en la investigación el análisis de los mensajes informativos, culturales y divulgativos en los medios de comunicación social, las transformaciones sociales que se han ido produciendo a lo largo de la historia, la formación de la opinión pública, así como el examen de las tendencias comunicativas y sociales más novedosas.

3. Objetivos

- Proporcionar al alumno una formación avanzada, de carácter multidisciplinar y especializado, que les permita realizar tareas de investigación en los diferentes campos de las Ciencias Sociales: Historia, Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad, Sociología, entre otras.
- Formar investigadores que atiendan al perfil de las nuevas demandas de este innovador campo interdisciplinario en el que se entrecruzan: la Historia, la Sociología y la Comunicación Social.
- Dotar a los estudiantes de la suficiente preparación teórica y de las necesarias herramientas metodológicas en el campo de la investigación, para que puedan acceder a la elaboración y defensa de una tesis doctoral conducente al título de Doctor.
- Formar en capacidades expresivas que permita al estudiante formular juicios razonados acerca de la investigación realizada y presentarlos tanto al público especializado como al que no lo es.
- Proporcionar un conocimiento suficiente de las técnicas de búsqueda, identificación, selección y recogida de información, así como de los métodos para examinar críticamente cualquier clase de fuentes, documentos y hechos con la finalidad, por un lado, de tratarlos convenientemente y, por otro, de transformarlos en informaciones de interés mediante los lenguajes informativo-comunicativos específicos para cada caso.
- Dotar de una concepción sobre la tarea investigadora en la que prime la responsabilidad social que tiene el trabajo que desempeñan.

4. Contenidos y/o bloques temáticos

Bloque 1: Introducción al concepto de Cibersociedad

Carga de trabajo en créditos ECTS: 2

a. Contextualización y justificación

Este primer apartado ofrece una presentación introductoria del concepto de Cibersociedad desde un punto de vista tecnológico, social, económico y comunicativo. El avance tecnológico actual invade todos los sectores de una sociedad digital en la que se producen grandes desarrollos, al mismo tiempo que importantes brechas digitales. En este contexto de la sociedad-ciber, se considera necesario abordar el concepto y las características del término para sentar las bases académicas de una realidad en transformación permanente. El análisis conceptual y epistemológico del término nos permite avanzar en el posterior análisis crítico reflexivo de los pros y contras de vivir en una sociedad ciber y de los efectos que tiene en este ámbito la comunicación digital globalizada. Se añade además un acercamiento al análisis de cómo afectan estas características a la Comunicación, en general, y al Periodismo, en particular, desde los nuevos usos de la audiencia digital y la automatización de los procesos informativos a través de los algoritmos y *bots*.

b. Objetivos de aprendizaje

- Introducir al alumno en el debate académico conceptual del término Cibersociedad de manera que sea capaz de reflexionar sobre sus características globales y cambiantes
- Plantear un debate reflexivo que permita al alumno tomar conciencia de las ventajas y desventajas de la Cibersociedad en términos tecnológicos, económicos, sociales y comunicativos
- Profundizar en el conocimiento de la audiencia prosumidora digital y su influencia en la agenda digital
- Trasladar al estudiante los conocimientos necesarios para avanzar en la llamada e-investigación que le permita diseñar estrategias investigadoras en torno a los paradigmas digitales emergentes

c. Contenidos

- Conceptualización y características
- Ventajas y limitaciones de la vida en cibersociedad: las brechas múltiples
- La comunicación ciber: medios-audiencia-agenda
- La investigación ciber o la e-investigación

d. Métodos docentes

- Clases teóricas presenciales con exposiciones del profesor complementadas con lecturas, debates y participación del estudiante.
- Análisis reflexivos realizados por parte del alumno de manera oral o escrita, correspondiente a cada parte teórica.
- Realización de prácticas e informes relacionados con la e-investigación



e. Plan de trabajo

La exposición de clases teóricas se combinará con la entrega de material bibliográfico, la presentación de exposiciones reflexivas del estudiante y participación en foros y debates. El aprendizaje teórico se afianzará con la elaboración de prácticas e informes reflexivos relacionados con la teoría.

f. Evaluación

Se realiza una evaluación continua, teniendo en cuenta la presencialidad, la participación activa del estudiante, la entrega correcta de las prácticas solicitadas y el progreso detectado en su aprendizaje.

g Material docente

g.1 Bibliografía básica

CÁCERES, J. G. (1997). Cibercultura, Ciberciudad, Cibersociedad. Hacia la construcción de mundos posibles en nuevas metáforas conceptuales. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 4 (7), 9-23. Recuperado de: http://bvirtual.uco.mx/descargables/752_cibercultura.pdf

CORZO, S. M. & SALAVERRÍA, R. (2018). Medios nativos digitales y analíticas web: cómo interviene el conocimiento de la audiencia en la construcción de noticias. En Martínez-Fernández, V.A., et al. (Eds.). La innovación de la innovación: del medio al contenido predictivo (pp. 233-247). UDC. <https://hdl.handle.net/10171/56535>

COSTA MORATA. P. (2009) Cibersociedad: mitos y euforias. Sociedad y Utopía. *Revista de Ciencias Sociales*, 34, pp. 61-80.

GALINDO C., J. (1998). Cibercultura, ciberciudad, cibersociedad hacia la construcción de mundos posibles en nuevas metáforas conceptuales. *Estudios Sobre Las Culturas Contemporáneas*. 4, (7), 9 – 23. Disponible en: <http://ns50.redalyc.org/articulo.oa?id=31600702>

g.2 Bibliografía complementaria

BEER, D. (2017) The social power of algorithms. *Information, Communication & Society*, 20 (1), 1-13. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1216147>

JENSEN, M., DANZINGER, J. Y VENKATESH, A. (2007). Civil Society and Cyber Society: Culture Governance and Democratic Politics. *Internacional Society*, 23(1), 39-50.

JOYANES A., L. (2000). Cambio tecnológico y nueva sociedad de la información (Cibersociedad). *Revista de Comunicación Vivat Academia*, 2(16), 1–12.

LORENTS, PEETER, OTTIS, RAIN & RIKK, RAUL (2009). "Cyber Society and Cooperative Cyber Defence". En Aykin, Nuray (Ed.) (2009) *Internationalization, Design and Global Development*. Third International Conference, San Diego.

LLORENTE, J.A. (2017). La era de la posverdad. Realidad vs percepción. *Revista Uno* (27) 1- 60.

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

Cada tema de este primer bloque contará con enlaces a material complementario de tipo académico, audiovisual y hemerográfico que se incorporará al campus virtual de manera progresiva



h. Recursos necesarios

Es imprescindible que el alumno adquiera sus claves para acceder al campus virtual y tenga disponibilidad de un ordenador portátil por si resulta necesario en determinados desarrollos teóricos y prácticos en el aula presencial.

i. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
2	Semana 1 y 2 de clase

Bloque 2: Comunicación corporativa y cibernsiedad: nuevas herramientas y roles

Carga de trabajo en créditos ECTS: 2

a. Contextualización y justificación

El desarrollo del contexto de la Web 2.0 y la cibernsiedad resultante obligan a los actores y procesos de la comunicación corporativa de las distintas organizaciones sociales a adaptarse a estos cambios. En este bloque, se observará cómo las empresas, instituciones públicas, partidos políticos y entidades del tercer sector generan relaciones con sus públicos de interés en la red, gracias a nuevas herramientas y con la creación de estrategias específicas y nuevos perfiles profesionales para su desarrollo y gestión.

b. Objetivos de aprendizaje

- Ayudar al estudiante a comprender la importancia de los cambios en el contexto de la actual sociedad de la información que están influyendo en los procesos de construcción de imagen y de relaciones en las organizaciones sociales de distinto tipo.
- Mostrar las formas de adaptación de las estrategias de comunicación corporativa al contexto digital.
- Profundizar en las nuevas relaciones de las organizaciones con sus públicos, con énfasis en las herramientas más empleadas y en los nuevos perfiles profesionales encargados de su gestión.
- Proporcionar al alumno las claves para detectar temas de investigación en el ámbito de la comunicación corporativa en la cibernsiedad.

c. Contenidos

- La comunicación organizacional en el contexto de la cibernsiedad: introducción
- Identidad, imagen y reputación en el entorno digital: la importancia del prosumidor
- Herramientas de comunicación organizacional en la web
- Nuevos perfiles profesionales para una gestión eficaz de la imagen y la comunicación de las organizaciones

d. Métodos docentes

Exposición teórica en el aula y análisis de casos reales
Ejercicios prácticos complementarios desde el enfoque investigador



En algunos casos, posibilidad de clases inversas para el trabajo práctico

e. Plan de trabajo

El plan de trabajo de este bloque temático se estructura en sesiones teóricas y análisis de casos por parte del profesor, así como de ejercicios prácticos realizados por el estudiante en el aula o fuera de ella. De esta manera, se combinan las lecciones magistrales con otros métodos docentes destinados a fomentar la interacción de los alumnos y su espíritu crítico y analítico.

f. Evaluación

La evaluación se llevará a cabo a través de las distintas prácticas y proyectos de la asignatura. El procedimiento se explicará en el aula y/o se compartirá a través del campus virtual.

g. Material docente

g.1 Bibliografía básica

ACED, C. (2013). *Relaciones Públicas 2.0. Cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital*. UOC. Barcelona.

CELAYA, J. (2008). *La empresa en la web 2.0. El impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación on line en la estrategia empresarial*. Gestión 2000. Madrid.

FERNÁNDEZ BELTRÁN, F. (2011). *Comunicación interna 2.0. La gestión de portales y redes sociales*. Ediciones de las Ciencias Sociales. Madrid.

GARCIA OROSA, B. (2010). *Gabinetes de comunicación on line*. Comunicación Social. Sevilla.

GARCIA OROSA, B. (2019). 25 años de investigación en comunicación organizacional digital. Artículo de revisión. *El profesional de la información*, 28(5). Recuperado a partir de <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/72073>

MAÑAS-VINIEGRA, L. (2017). Storytelling digital en comunicación corporativa: comparativa entre IBEX 35 y Dow Jones. *El profesional de la información*, 26(6), 1127-1138. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.nov.12>

MAÑAS-VINIEGRA, L.; JIMÉNEZ-GÓMEZ, I. (2019). Evolución del perfil profesional del community manager durante la década 2009-2018. *El profesional de la información*, 28(4). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.jul.03>

MOLINA CAÑABATE, J. P. (2011). *Introducción a la comunicación institucional a través de Internet*. Grupo 5. Madrid.

SÁNCHEZ HERRERA, J.; PINDADO BLANCO, T. (2010): *Nuevas tendencias en comunicación*. ESIC. Madrid.

TÚÑEZ, J. M. (2011): *La gestión de la comunicación en las organizaciones*. Comunicación Social. Zamora.

g.2 Bibliografía complementaria

Se facilitará bibliografía más actualizada y específica en el campus virtual de la asignatura, especialmente, mediante artículos de revistas de investigación.



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

Podrán ser facilitados a través del campus virtual.

h. Recursos necesarios

Los alumnos deberán contar con sus claves del campus virtual y prestar atención a su cuenta de correo electrónico oficial de la UVA. En algunas sesiones podrían necesitar un portátil personal o hacer uso de un *smartphone*.

i. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
2	Semanas 2 y 3

Bloque 3: Los medios de comunicación social en la cibernsiedad

Carga de trabajo en créditos ECTS: 2

a. Contextualización y justificación

Los medios de comunicación social están experimentando uno de los cambios más profundos de su historia. En la era de Internet, los medios digitales no solo añaden una disrupción con respecto a los existentes equiparable a las sucedidas con el nacimiento de la radio y la televisión, sino que son juez y parte de la IV revolución industrial y juegan un importante papel activo en la sociedad del conocimiento. En este contexto de profundísimos cambios, los medios digitales no son solo “un nuevo medio” con sus propias características, géneros y formatos, y capaz de inducir un reposicionamiento en el trípode de los tradicionales, prensa impresa, radio y televisión; esta cuestión es solo la punta del iceberg de uno de los elementos (los propios medios) con más capacidad de influir en los cambios sociales, políticos, económicos, etc., y que a su vez se encuentra inmerso en un importante momento de reconversión. Se impone, por tanto, la necesidad de profundizar en el papel que los medios de comunicación social juegan en el seno de la cibernsiedad, así como en las opciones que las últimas tecnologías ofrecen a los propios profesionales de la información y a los contenidos periodísticos.

b. Objetivos de aprendizaje

- Ayudar al alumno a comprender el alcance de los cambios en el seno de la sociedad de la información que están influyendo en los medios de comunicación.
- Ayudar al alumno a aprehender la magnitud del alcance de la capacidad de influencia de los medios de comunicación en la cibernsiedad.
- Dotar al alumno de la visión global de todos los elementos que entran en juego en el funcionamiento del medio de comunicación en el seno de la cibernsiedad.
- Profundizar en las cuestiones netamente periodísticas en torno a la producción y distribución del mensaje informativo en el ámbito de la digitalización de la información.



- Proporcionar al alumno las claves para detectar temas de investigación en el ámbito de los medios de comunicación en la cibernsiedad.

c. Contenidos

- La situación global en la actualidad
- Los medios de comunicación en la cibernsiedad
- La reconversión de los medios
- El mensaje informativo: producción y distribución

d. Métodos docentes

Exposición teórica en el aula

Ejercicios prácticos complementarios desde el enfoque investigador

En algunos casos, posibilidad de clases inversas para el trabajo práctico

e. Plan de trabajo

El plan de trabajo de este bloque temático se estructura a partir de sesiones teóricas acompañadas de ejercicios prácticos en el aula o fuera de ella. Se combinan las lecciones magistrales del profesor con otros métodos docentes destinados a fomentar la interacción de los alumnos.

f. Evaluación

La evaluación se llevará a cabo a través de las distintas prácticas y proyectos de la asignatura. El procedimiento se explicará en el aula y/o se compartirá a través del campus virtual.

g Material docente

g.1 Bibliografía básica

CASTELLS, M. (2006). *La sociedad red*. Madrid: Alianza editorial.

CASTELLS, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza editorial.

CEBRIÁN, M.; RIPOLL, F. Y ALONSO, C. (2002). *Estructura, Tecnología y Tratamiento de la Información (Tomo I)* (2002). Madrid: Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense de Madrid.

CEBRIÁN HERREROS, M. (DIR.) (2011). *Desarrollos del periodismo en internet*. Zamora: Comunicación Social, 2010.

CEBRIÁN HERREROS, M. Y FLORES VIVAR, J. M. (2011). *Periodismo en la telefonía móvil*. Madrid: Editorial Fragua.

DÍAZ NOCI, J. (2003). *Ciberperiodismo: métodos de investigación. Una aproximación multidisciplinar en perspectiva comparada*. Bilbao: Servicio editorial de la Universidad del País Vasco.

DÍAZ NOCI, J. Y SALAVERRÍA ALIAGA, RAMÓN (2003). *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel Comunicación.

MARTÍNEZ RODRÍGUEZ, L. (2004). “Nuevos contenidos, nuevas rutinas, nuevo lenguaje: la reconversión del periodista hacia el comunicador digital”. En: Aguado J. M. E- comunicación. Capítulo III. pp. 91–138. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

MESO AYERDI, K. (2006). *Introducción al Ciberperiodismo*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

g.2 Bibliografía complementaria

Se facilitará bibliografía actualizada y lecturas adicionales recomendadas en el campus virtual de la asignatura.

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

Se facilitará en el campus virtual de la asignatura.

h. Recursos necesarios

Los alumnos deberán contar con sus claves del campus virtual y prestar atención a su cuenta de correo electrónico oficial de la UVA. En algunas sesiones podrían necesitar un portátil personal o hacer uso de un *smartphone*.

i. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
2,00	Semanas 3, 4 y 5

5. Métodos docentes y principios metodológicos

Clases presenciales: clases magistrales y prácticas. Exposición teórica del contenido y realización de prácticas y seminarios sobre la materia. Una misma sesión podrá estar compuesta de elementos expositivos y prácticos.

Campus virtual. Los profesores encargados de la asignatura, si así lo consideran, ofrecerán el material de apoyo a través del campus Virtual. En él se actualizará, si fuera preciso, la información sobre la asignatura, plazos de entrega de actividades, novedades, etc.

Seminarios. Los seminarios se presentan como una opción idónea para generar un espacio de reflexión, debate y aprendizaje colaborativo. La propuesta además busca desarrollar diversas competencias transversales, entre ellas la lectura, la capacidad de análisis, de síntesis y el trabajo en equipo.

Tutorías: En el horario establecido se realizarán las oportunas tutorías. Esta información aparecerá disponible en la guía docente de la asignatura y, si el proceso lo estima oportuno, en el campus virtual.

6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES o PRESENCIALES A DISTANCIA ⁽¹⁾	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases presenciales teórico/prácticas	35	Estudio y trabajo autónomo individual	80
Seminarios	25	Estudio y trabajo grupal de aula	10
Total presencial	60	Total no presencial	90
TOTAL presencial + no presencial			150

(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
Proyectos/prácticas de la asignatura	100%	Los proyectos de la asignatura se realizarán en seminarios y clases prácticas presenciales. No se admiten entregas fuera de plazo. Estas se acordarán en el aula y el profesor lo publicitará según estime (campus virtual, impreso, etc.).

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- **Convocatoria ordinaria:**

Proyecto / prácticas de la asignatura (100%). Los proyectos de la asignatura se realizarán en seminarios y clases prácticas presenciales y mediante trabajo autónomo del alumno. Se valorará sobre 10 puntos (de 0 a 10). No se admiten entregas fuera de plazo. Estas se acordarán en el aula y el profesor lo publicitará según estime (campus virtual, impreso, etc.). Cualquier indicio de plagio será calificado como 0,0 en cumplimiento del Reglamento de Ordenación Académica de la UVa.

- **Convocatoria extraordinaria:**

Proyecto / prácticas de la asignatura (100%). Los proyectos de la asignatura versarán sobre los contenidos de la asignatura. Se valorará sobre 10 puntos (de 0 a 10). No se admiten entregas fuera de plazo acordado. Es imprescindible que los alumnos contacten con el profesor al inicio de la asignatura o curso. Cualquier indicio de plagio será calificado como 0,0 en cumplimiento del Reglamento de Ordenación Académica de la UVa.

8. Consideraciones finales

El contenido del presente proyecto docente es una referencia básica para el desarrollo de la asignatura. El material e información relativa al calendario de desarrollo de la asignatura (fecha de las diferentes actividades y espacios en los que se realizarán, plazos de entrega, indicaciones sobre seminarios que puedan complementar el proceso formativo, etc.) serán facilitados por los profesores responsable/s de la asignatura en cada grupo.