

## 1. DATOS BÁSICOS

<b>Asignatura</b>	<b>INFLUENCIA E IMPACTO RELACIONAL</b>
<b>Titulación</b>	Grado en Diseño Gráfico Digital y Doble Grado en Publicidad y Diseño Gráfico Digital
<b>Escuela/ Facultad</b>	Arquitectura
<b>Curso</b>	2º
<b>ECTS</b>	6
<b>Carácter</b>	Obligatoria
<b>Idioma/s</b>	Castellano
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Semestre</b>	1er
<b>Curso académico</b>	2025 - 2026
<b>Docente coordinador</b>	Francisco Trujillo García-Ramos
<b>Docente</b>	José Luis Elejabeitia Amador

## 2. PRESENTACIÓN

La asignatura de Influencia e impacto relacional prepara al estudiante en la comunicación en el ámbito profesional. La inteligencia emocional en las relaciones interpersonales. El éxito del cambio: La capacidad de adaptación.

Esta asignatura pertenece al módulo de Desarrollo competencial en el entorno social y profesional.

## 3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

### Competencias básicas:

- CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

### Competencias transversales:

- CT1 - Creatividad. Crear ideas nuevas y conceptos a partir de ideas y conceptos conocidos, llegando a conclusiones o resolviendo problemas, retos y situaciones de una forma original.
- CT2 - Comunicación estratégica. Transmitir mensajes (ideas, conceptos, sentimientos, argumentos), tanto de forma oral como escrita, alineando de manera estratégica los intereses de los distintos agentes implicados en la comunicación.
- CT6 - Análisis crítico. Integrar el análisis con el pensamiento crítico en un proceso de evaluación de distintas ideas o posibilidades y su potencial de error, basándose en evidencias y datos objetivos que lleven a una toma de decisiones eficaz y válida.

### **Competencias específicas:**

- CE6 - Relacionar el contexto los contextos social, cultural y económico del diseño gráfico y de las nuevas tecnologías desde una perspectiva crítica, ligada al desarrollo creativo del ámbito profesional.
- CE8 - Emitir juicios de valor analizando y teniendo en cuenta el contexto social y cultural en el que se enmarcan los proyectos de diseño gráfico y de las nuevas tecnologías, siempre en el marco de la ética profesional.
- CE11 - Realizar proyectos de diseño gráfico y tecnologías creativas aplicando los principios de la economía circular, incorporando las implicaciones culturales y los hábitos de los consumidores y usuarios digitales.
- CE16 - Aplicar los conceptos del branding desde la disciplina del diseño gráfico.

### **Resultados de aprendizaje:**

- Identificar las características y posibilidades de las diferentes tecnologías (hardware y software) y la conveniencia de su uso desde el punto de vista expresivo, funcional y estratégico.
- Identificar la potencialidad de presencia en rrrs desde el uso de la imagen y el vídeo.
- Reconocer en qué lugares existe una necesidad mayor de renovación de imagen visual desde el diseño gráfico.
- Analizar cuál va a ser su valor diferencial con respecto a sus competidores.
- Definir cuál va a ser su imagen personal.
- Aplicar el color, la forma, la tipografía y los materiales como base del diseño, y su aplicación en medios actuales.

## **4. CONTENIDOS**

- La comunicación en el ámbito profesional.
- La inteligencia emocional en las relaciones interpersonales.
- El éxito del cambio.
- La capacidad de adaptación.

## **5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE**

### **MODALIDAD PRESENCIAL**

- Clase magistral / web conference
- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje basado en proyectos
- Aprendizaje inverso

## 6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

### Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales (modalidad presencial)	12
Seminarios de aplicación práctica (modalidad presencial)	18
Exposiciones orales de trabajos (modalidad presencial)	2
Elaboración de informes y escritos (modalidad presencial)	16
Investigaciones y proyectos (modalidad presencial)	24
Trabajo autónomo (modalidad presencial)	56
Debates y coloquios (modalidad presencial)	8
Tutoría académica (modalidad presencial)	12
Pruebas de evaluación presenciales (modalidad presencial)	2
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>

## 7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

### Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas de evaluación presenciales	<b>40%</b>
Exposiciones orales	<b>10%</b>
Informes y escritos	<b>30%</b>
Investigaciones y proyectos	<b>20%</b>

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

### 7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura. Cada parte (el examen teórico y los trabajos prácticos) deben ser aprobados independientemente con más de un 5,0 para hacer media).

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

### 7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura. Cada parte (el examen teórico y los trabajos prácticos) deben ser aprobados independientemente con más de un 5,0 para hacer media).

En todo caso, será necesario que **obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final**, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

## 8. Cronograma

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1	Semana 5
Actividad 2	Semana 9
Actividad 3	Semana 14

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

## 9. Bibliografía

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

- Anderson, C. (2016). Charlas TED. Deusto [Kindle]
- Bauman, Z. (1999). La modernidad líquida. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- Briz Gómez, Antonio (2008): Saber hablar. Madrid: Instituto Cervantes/Aguilar.
- Cassany, D., Toro, A. G. (2001). Recetas para escribir. San Juan, Puerto Rico, EEUU: Plaza Mayor.
- Duarte, N. (2016). Presentaciones persuasivas. Boston, Massachusetts: Harvard Business Review Press.
- Fuentes, C. (2011). Guía práctica de escritura y redacción. Madrid, España: Espasa.
- Gallo, Carmine (2016); Hable como en TED: Nueve secretos para comunicar utilizados por los mejores. Editorial Conecta
- Goleman, Daniel (2013); Liderazgo. El poder de la inteligencia emocional. S. A. Ediciones B, Barcelona
- Jardí, Enric (2007). 22 consejos sobre tipografía. Barcelona: Actar Publishers.
- Jardí, Enric (2012). Pensar con imágenes. Barcelona: Gustavo Gili, 2012.
- Kahneman, Daniel (2012). Pensar rápido, pensar despacio. Madrid, Debate
- Malamed, C. (2011). Visual language for designers. Beverly, Massachusetts: Rockport
- Mejide, R. (2014). Urbrands. Construye tu marca personal como quien construye una ciudad.
- Salas, C. (2017). Storytelling. La escritura mágica. Madrid: Mirada Mágica SRL
- Tufte, Edward R. (2006) The Cognitive Style of PowerPoint: Pitching Out Corrupts Within. Cheshire, Connecticut: Graphic Press LLC, 2nd ed. 2006.

## 10. Unidad De Orientación Educativa Y Diversidad

Desde la Unidad de Orientación Educativa y Diversidad (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:  
[orientacioneducativa@universidadeuropea.es](mailto:orientacioneducativa@universidadeuropea.es)

## **11. Encuestas De Satisfacción**

¡Tú opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.