

Guía de aprendizaje

Dibujo Publicitario por Ordenador

Curso: 2019/2020

Código: 9946001808

Profesora coordinadora: Carolina Hernández Reyes

Titulación: Grado en Comunicación Publicitaria

Escuela/ Facultad: Facultad de Ciencias Sociales

Idiomas: Español y/o inglés

La misión de la Universidad Europea de Canarias es proporcionar a nuestros estudiantes una educación integral, formando líderes y profesionales preparados para dar respuesta a las necesidades de un mundo global, para aportar valor en sus profesiones y contribuir al progreso social desde un espíritu emprendedor y de compromiso ético. Generar y transferir conocimiento a través de la investigación aplicada, contribuyendo igualmente al progreso y situándonos en la vanguardia del desarrollo intelectual y técnico.

Índice

1. Datos básicos de la asignatura/módulo	4
2. Presentación de la asignatura	4
3. Competencias y resultados de aprendizaje	5
4. Seguimiento y Evaluación	11
4.1. Convocatoria ordinaria	13
4.2. Convocatoria extraordinaria.....	13
5. Bibliografía	14
6. Cómo comunicarte con tu profesor	14
7. Recomendaciones de estudio.....	14
8. Anexos con información detallada en el Campus Virtual	16

1. Datos básicos de la asignatura/módulo

ECTS	6 ECTS (73 HORAS)
Carácter	OPTATIVA
Idioma/s	ESPAÑOL Y/O INGLÉS
Modalidad	PRESENCIAL
Trimestre/Semestre	1º SEMESTRE

2. Presentación de la asignatura/modulo

Los objetivos generales de esta asignatura son el desarrollo de capacidades de análisis que les permitan comprender el contexto complejo de la cultura visual contemporánea, así como una serie de destrezas y conocimientos necesarios para la creación a través del medio digital. Los estudiantes profundizarán en el uso de las herramientas tecnológicas que los capaciten para desarrollar sus propuestas en el campo de la imagen digital y de la creación visual. Los **objetivos específicos de la asignatura** se resumen en los siguientes puntos:

- El alumno conocerá aspectos avanzados de postproducción y tratamiento de imagen digital.
- El alumno será capaz de manejar las herramientas tecnológicas que lo capaciten para plantear propuestas visuales creativas.
- El alumno dispondrá de las herramientas técnicas y conceptuales necesarias para el ejercicio del pensamiento visual y para su expresión a través de la construcción de imágenes.
- El alumno adquirirá la capacidad de pensar en imágenes y de pensar las imágenes dentro del contexto de la cultura visual contemporánea.
- El alumno será capaz de dar una salida correcta a sus creaciones tanto en soportes físicos como virtuales.

3. Competencias y resultados de aprendizaje

Competencias básicas:

- **CB1:** Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- **CB2:** Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- **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.
- **CB5:** Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Competencias transversales:

- **CT1: Responsabilidad:** Que el estudiante sea capaz de asumir las consecuencias de las acciones que realiza y responder de sus propios actos.
- **CT2: Autoconfianza:** Que el estudiante sea capaz de actuar con seguridad y con la motivación suficiente para conseguir sus objetivos.
- **CT4: Habilidades comunicativas:** Que el alumno sea capaz de expresar conceptos e ideas de forma efectiva, incluyendo la capacidad de comunicar por escrito con concisión y claridad, así como hablar en público de manera eficaz.
- **CT5: Comprensión interpersonal:** Que el alumno sea capaz de realizar una escucha activa con el fin de llegar a acuerdos, utilizando un estilo de comunicación asertivo.

- **CT6: Flexibilidad: Que el estudiante sea capaz de adaptarse y trabajar en distintas y variadas situaciones y con personas diversas. Supone valorar y entender posturas distintas adaptando su propio enfoque a medida que la situación lo requiera.**
- **CT7: Trabajo en equipo: Que el alumno sea capaz de participar de una forma activa en la consecución de un objetivo común, escuchando, respetando y valorando las ideas y propuestas del resto de miembros de su equipo.**
- **CT10: Innovación-Creatividad: Que el estudiante sea capaz de idear soluciones nuevas y diferentes a problemas que aporten valor a problemas que se le plantean.**

Competencias específicas:

- CE1. Capacidad para gestionar proyectos multidisciplinares en el área de Planificación Estratégica y en la de Gestión de Proyectos y Clientes, dominando los aspectos económicos, profesionales, de mercado y presupuestarios propios de la profesión publicitaria.
- CE2. Capacidad para gestionar y proteger los activos intangibles de una empresa, añadiendo valor a sus productos a través del proceso de planificación estratégica. Podrá supervisar con criterio los recursos estéticos aplicados a un proyecto para que cumplan los objetivos estratégicos previstos para el mismo.
 - CE3. Capacidad para gestionar proyectos multidisciplinares en el Área Creativa siendo capaz de dominar los aspectos creativos, profesionales, de mercado y presupuestarios propios de la profesión publicitaria. Será capaz de gestionar y proteger los activos intangibles de una empresa, añadiendo valor a sus productos a través del proceso creativo.
 - **CE4. Capacidad para aplicar con criterio los distintos recursos estéticos, audiovisuales, artísticos, gráficos, tipográficos, cromáticos, etc. para ponerlos al servicio de los objetivos estratégicos de un proyecto de comunicación publicitaria.**
 - **CE5. Conocimientos para poder utilizar recursos informáticos y herramientas tecnológicas afines a la Publicidad que le sirvan como instrumento de trabajo para la correcta gestión de los clientes así como del correcto desarrollo de proyectos estratégicos y/o creativos de comunicación.**
 - CE6. Conocimiento para manejar bases de datos, hojas de cálculo y en general aquel software de mayor uso y difusión, que permita mejorar el efecto de comunicación publicitaria marcado.
 - CE7. Capacidad para asumir el liderazgo, la organización, coordinación y temporalización de las tareas en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficazmente y asumiendo principios de responsabilidad, para planificar la correcta ejecución de un proyecto de comunicación publicitaria.
 - CE8. Capacidad y habilidad para ejercer como profesional que se encarga de la atención al cliente de la agencia/empresa/organismo, asistiéndole de manera continuada antes, durante y después de la realización de sus acciones de comunicación, prestando

asesoramiento en temas de comunicación y marketing, así como en temas relacionados con la creatividad y la expresión de la comunicación publicitaria, asegurándose su fidelización a través de su capacidad de relación e interacción fluida y competente.

·CE9. Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia). Tendrá capacidad de anticipación al mercado y la habilidad para la creación de nuevos soportes que permitan la mejor ejecución de cualquier campaña publicitaria.

·CE10. Capacidad y habilidad para hacer planteamientos estratégicos que ofrezcan soluciones de comunicación eficaces en el largo plazo, con el objetivo de conseguir el desarrollo sostenido de una marca.

·CE11. Capacidad para elaborar propuestas desarrolladas con pensamiento abstracto, crítico e innovador, basado en esquemas mentales que busquen soluciones a la propuesta comunicativa, y por lo tanto a la mayor eficacia publicitaria.

·CE12. Habilidad y capacidad de transmitir el planteamiento estratégico a todo el equipo, para alinear los recursos humanos en los conceptos, necesidades, y tangibles del anunciante, y de esta forma de desarrollar una campaña acorde con las necesidades reales de la marca.

·CE13. Conocimiento de los límites legales y éticos de la comunicación, y en particular, del sector publicitario.

·CE14. Conocimiento de la lengua inglesa, que le capacite para la comprensión oral y escrita de contenidos de carácter general expresados en este idioma y presentes en los medios de comunicación (con sus peculiaridades sintácticas, reglas pragmáticas, etc.).

·CE15. Capacidad de analizar, sintetizar y comunicar efectivamente contenidos de carácter muy diverso a públicos receptores igualmente diversos, para lograr una mayor efectividad en la campaña publicitaria al emitir un mensaje comercial acorde con las necesidades del anunciante.

Resultados de aprendizaje:

·RA1: Conocer la filosofía actual de la Comunicación Publicitaria, por lo que el alumno lleva asumida la esencia de su existencia.

·RA2: Ser capaz de entender todo el sistema publicitario actual, sus estructuras y procesos de trabajo.

·RA3: Ser capaz de desencadenar capacidades comunicativas y de trabajo en equipo sobre proyectos de comunicación publicitaria en todas sus variantes.

·RA4: Capacidad de gestionar y planificar proyectos integrales de comunicación en todos los soportes, medios y formatos, incluyendo el desarrollo de las marcas de los clientes.

·RA5: Capacidad de análisis e interpretación de la comunicación por efectos en el receptor.

·RA6: Ser capaz de entender todo el sistema de captación, entendimiento y memoria del receptor sobre los mensajes publicitarios persuasivos.

·RA7: Capacidad de conciencia perceptiva de los estímulos y efectos que producen las herramientas conceptuales y de creación publicitarias, para poder desencadenar una óptima utilización de los recursos persuasivos en función de las necesidades del anunciante y las peculiaridades de su producto y de su marca.

·RA8: Comprensión de las bases teórico-prácticas de la creatividad publicitaria.

·RA9: Conocimiento de las herramientas tecnológicas de creación publicitaria del momento y de sus aplicaciones prácticas.

·RA10: El estudiante sabrá gestionar proyectos multidisciplinares en el Área Creativa.

·RA11: Será capaz de dominar los aspectos creativos, profesionales y de mercado propios de la profesión publicitaria.

·RA12: Tendrá capacidad para definir y gestionar presupuestos de comunicación y la correcta imputación de los costes de los aspectos creativos asociados a los proyectos.

·RA13: Será capaz de identificar, valorar, gestionar y proteger los activos intangibles de una empresa, añadiendo valor a sus productos a través del proceso creativo y reforzando la reputación e imagen de marca de la misma.

·RA14: Será capaz de ejercer de forma autónoma la profesión, prestando asesoramiento a agencias de comunicación o a sus clientes en materias vinculadas con la comunicación en cualquiera de sus formas.

·RA15: Será pleno conocedor del departamento creativo y será capaz de dominar su funcionamiento, a la vez que tendrá la visión completa del resto de la organización empresarial publicitaria.

·RA16: Será capaz de definir y gestionar los recursos estéticos y creativos, tanto en formato gráfico como en textos, propios de la comunicación publicitaria y la correcta aplicación de los mismos.

·RA17: Será capaz de aplicar con criterio los distintos recursos estéticos, audiovisuales, artísticos, gráficos, tipográficos, cromáticos, etc. para ponerlos al servicio de los objetivos estratégicos de un proyecto de comunicación publicitaria.

·RA18: El estudiante sabrá gestionar proyectos multidisciplinares en el área estratégica y de gestión de clientes.

· RA19: Tendrá capacidad para definir y gestionar presupuestos de comunicación y la correcta imputación de los costes de los aspectos de gestión y estrategia asociados a los proyectos.

· RA20: Será capaz de identificar, valorar, gestionar y proteger los activos intangibles de una empresa, añadiendo valor a sus productos a través del proceso estratégico y de gestión, reforzando la reputación e imagen de marca de la misma.

• **RA21: Será capaz de ejercer de forma autónoma la profesión, prestando asesoramiento a agencias de comunicación o a sus clientes en materias vinculadas con la comunicación en cualquiera de sus formas.**

· RA22: Será pleno conocedor del departamento estratégico y de gestión de clientes y será capaz de dominar su funcionamiento, a la vez que tendrá la visión completa del resto de la organización empresarial publicitaria.

· RA23: Capacidad para resolver los problemas de comunicación de las empresas teniendo en cuenta las entidades emisoras, estrategias de marketing, objetivos de comunicación y públicos a los que se dirigen.

· **RA24: Ser capaz de entender la esencia de los formatos publicitarios actuales convencionales y no convencionales.**

· RA25: Ser capaz de manejar con soltura la esencia cognitiva y pragmática de los objetivos, estrategias y tácticas.

· RA26: Capacidad de pensar de forma metodológica y orientada hacia la estrategia global.

· RA27: Conocimiento de clasificaciones operativas de los medios y los soportes publicitarios.

· RA28: Conocer profundamente cada uno de los medios convencionales y no convencionales.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CT4, CT10, CE4, CE5, CE11	RA9: Conocimiento de las herramientas tecnológicas de creación publicitaria del momento y de sus aplicaciones prácticas.
CT4, CT10, CE4, CE5, CE6	RA16: Será capaz de definir y gestionar los recursos estéticos y creativos, tanto en formato gráfico como en textos, propios de la comunicación publicitaria y

	la correcta aplicación de los mismos.
CT1, CT2, CT4, CT7, CT10, CE4, CE5, CE6, CE7, CE11	RA17: Será capaz de aplicar con criterio los distintos recursos estéticos, audiovisuales, artísticos, gráficos, tipográficos, cromáticos, etc. para ponerlos al servicio de los objetivos estratégicos de un proyecto de comunicación publicitaria.
CET1, CT2, CT4, CT5, CT6, CT7, CE7, CE13, CE14	RA21: Será capaz de ejercer de forma autónoma la profesión, prestando asesoramiento a agencias de comunicación o a sus clientes en materias vinculadas con la comunicación en cualquiera de sus formas.
CT4, CT10, CT7, CE4, CE5, CE11, CE13	RA24: Ser capaz de entender la esencia de los formatos publicitarios actuales convencionales y no convencionales.

A continuación, se detalla la distribución de tipos de actividades formativas y la dedicación del estudiante a cada una de ellas:

Tipo de actividad formativa	Número de horas
Trabajo autónomo no presencial, grupal e individual	50 h
Asistencia y participación activa en el aula	31 h
Trabajo grupal en el aula: Resolución de ejercicios y casos prácticos	31.5 h
Trabajo guiado	25 h
Otras actividades	12.5 h
TOTAL	150 h

Para desarrollar las competencias y alcanzar los resultados de aprendizaje indicados, deberás realizar las actividades que se indican en la tabla inferior:

Resultados de aprendizaje	Actividad de aprendizaje	Tipo de actividad	Contenidos
RA1, RA2, RA16	Actividad 1	Geometría básica: crear formas prediseñadas y modificarlas Trabajo individual Consulta de recursos complementarios	Bloque I
RA1, RA2, RA16	Actividad 2	Trazados y curvas de Bezier: dibujando con control Trabajo individual Trabajo en grupo Lectura y consulta de recursos Presentación	Bloque I
RA1, RA2, RA16	Actividad 3	“Buscatrazos”: combinar elementos Trabajo en equipo Lectura de temas y consulta de recursos Presentación	Bloque I
RA1, RA2, RA5, RA6	Actividad 4	El color: uso de rellenos y degradados Trabajo en equipo Lectura de temas y consulta de recursos Presentación	Bloque II
RA1, RA2, RA5, RA6	Actividad 5	Aprendiendo a escribir: gestión de textos y tipografías Trabajo en equipo Lectura de temas y consulta de recursos Presentación	Bloque II
RA1, RA16, RA17	Actividad 6	Máscaras de recorte: dibujar plantillas y usarlas con objetos Trabajo en equipo Lectura de temas y consulta de recursos Presentación	Bloque II
RA1, RA2, RA16, RA17	Actividad 7	Fotografías y elementos externos: cómo interactuar con ellos Trabajo en equipo Lectura de temas y consulta de recursos Presentación	Bloque II

RA1, RA2, RA3, RA6	Actividad 8	Herramientas de objeto: contornear trazado y calco Trabajo en equipo Lectura de temas y consulta de recursos Presentación	Bloque III
RA1, RA9, RA17	Actividad 9	Efectos visuales: opciones de Illustrator y de Photoshop, a mano Actividad por parejas Análisis de la información Presentación	Bloque III
RA1, RA2, RA16, RA17	Actividad 10	Otras herramientas muy útiles Actividad por parejas Análisis de la información Presentación	Bloque III
RA1, RA2, RA3, RA6	Actividad 11	Creación de marca personal y manual cosporativo Trabajo individual Análisis de la información Presentación Debate	Bloque IV
RA1, RA2, RA3, RA8, RA9, RA10, RA16, RA17	Actividad 12	ABP LIBBYS Aprendizaje basado en proyectos Aprendizaje colaborativo y cooperativo Trabajo individual Trabajo en grupo Práctica de laboratorio	Bloque V

4. Seguimiento y evaluación

Con carácter general el sistema de evaluación que se establece en la Universidad es la evaluación continua, de acuerdo con lo previsto en el Reglamento de Evaluación para las titulaciones oficiales de Grado de la Universidad Europea de Canarias:

<http://canarias.universidadeuropea.es/soy-alumno-uec/informacion-academica/normativa>

La evaluación tendrá en cuenta los objetivos de aprendizaje, contenidos y competencias de la asignatura y se llevará cabo a partir de la definición de cada uno de ellos, estableciendo las evidencias de aprendizaje propias de cada nivel competencial en cada asignatura.

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

4.1 Evaluación Continua

La evaluación tendrá un carácter continuo y formativo y podrá realizarse tanto a nivel individual como grupal, coherentemente con la naturaleza de las actividades formativas planteadas. Las actividades formativas evaluables se incluyen dentro de las siguientes **categorías de sistemas de evaluación detalladas en el módulo publicidad al que pertenece la asignatura**

4.2. 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. Para poder hallar la media, es **imprescindible** superar con al menos un **5 cada una de las partes que se detallan:**

1. **Trabajo trimestral: Trabajo trimestral: Entrega del Proyecto creativo personal: Desarrollo del proyecto en el que se apliquen los conocimientos adquiridos en clase: 30%.**
2. **Realización de ejercicios y actividades prácticas en clase y en el aula virtual. 20% Cada actividad se subirá al aula virtual dentro de los plazos establecidos por la profesora. La entrega fuera de plazo tendrá una penalización en la calificación final de la actividad: 20%.**
3. **ABP. Realización de la actividad, desarrollo y presentación. 25%**
4. **Prueba de conocimiento 25%**

La nota final de la asignatura se calcula teniendo en cuenta los pesos en porcentaje de cada una de las categorías de la asignatura. **Para superar la asignatura el estudiante debe obtener la calificación de 5 o superior en cada una de las categorías de los sistemas de evaluación previstos en la ficha de la asignatura**, por lo que, si una de las categorías (actividades formativas evaluables) no ha sido superada, la asignatura será evaluada con un 4 como máximo pudiendo ser menor si la media de la calificación de la asignatura así lo es.

Se establece un **porcentaje de asistencia mínimo para la evaluación continua del 80 %**. La incorporación a la clase con más de 10 minutos de retraso se considera falta de asistencia. El incumplimiento de este porcentaje de asistencia, conllevará el suspenso de la asignatura en convocatoria ordinaria, salvo casos excepcionales que serán debidamente valorados por el profesor.

En caso de anulación extraordinaria de la impartición de la asignatura en formato presencial por fuerza mayor (causas meteorológicas, caída de la red eléctrica, etc.) adversas se podrá sustituir esta por una actividad de aprendizaje a realizar en el Campus Virtual de la asignatura.

Todos los estudiantes tienen derecho a dos convocatorias por curso académico en cada una de las asignaturas (ordinaria y extraordinaria).

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

4.3. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria extraordinaria es necesario obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

El estudiante deberá entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del profesor, o bien aquellas que no fueron entregadas.

Adicionalmente se realizará una prueba de conocimiento teórica y/o práctica.

Otros aspectos a tener en cuenta en la evaluación

El estudiante deberá poder demostrar la originalidad y autoría, quedando terminantemente prohibido utilizar, reproducir o copiar prácticas, trabajos, archivos o dibujos de manera total o parcial, de otros alumnos del mismo curso o de cualquier otra fuente relacionada sin realizar la cita correspondiente y sin que estas citas supongan más del 40 % del trabajo presentado.

Tal como se especifica en el Reglamento Disciplinario de la UEC, el plagio o copia tanto de los exámenes como de las prácticas es considerado una falta muy grave según el artículo 5.f.

En el Capítulo III: Sanciones disciplinarias, Art.8. se especifica las sanciones correspondientes a faltas muy graves relativas a plagios y al uso de medios fraudulentos para superar pruebas de evaluación: tendrán como consecuencia la pérdida de la convocatoria correspondiente, así como el reflejo de la falta y su motivo en el expediente académico.

Están prohibidas las grabaciones digitales, totales o parciales, de lo expuesto en las sesiones en el aula salvo expresa petición del profesor de la asignatura para labores de evaluación, registro de la actividad docente o como actividad de aprendizaje. El incumplimiento de lo anterior puede dar lugar a la apertura de expediente disciplinario, de acuerdo con lo previsto en el Reglamento Disciplinario de la Universidad Europea de Canarias.

Está permitido el uso de recursos y herramientas informáticas durante las horas de trabajo en el aula, siempre y cuando se utilicen las aplicaciones imprescindibles para el desarrollo de los trabajos

Las actividades formativas entregadas con retraso se considerarán No Presentadas salvo causa mayor debidamente justificada por parte del estudiante.

5. Bibliografía

A continuación, se indica la bibliografía recomendada:

Artículos publicados en el Campus Virtual: en constante actualización. El profesor irá subiendo documentación actualizada a medida que se desarrolle el curso.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- MÜLLER-BROCKMANN, Josef: *Historia de la comunicación visual*, Gustavo Gili, 2008.
- WONG, Wucius: *Fundamentos del Diseño*. Gustavo Gili, 1979.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- COSTA, Joan: *Diseñar para los ojos*. Joan Costa. Universidad de Medellín, 2003.
- COSTA, Joan: *Identidad Corporativa*. Trillas, 1999.
- ROBERTS, Luciente: *Good, Ética en el Diseño Gráfico*. Index Book, 2009.
- KARJALUOTO, Eric: *The Design Method*. Paperback, 2013.
- *Illustrator CS6 (Diseño y Creatividad)*. Adobe Press, 2012.
- *Photoshop CS6 (Diseño y Creatividad)*. Adobe Press, 2012.

WEBGRAFÍA

www.adobe.com/illustrator

6. Cómo comunicarte con tu profesor

Cuando tengas una duda sobre los contenidos o actividades, no olvides escribirla en los foros de tu asignatura para que todos tus compañeros puedan leerla. ¡Es posible que alguno tenga tu misma duda!

Si tienes alguna consulta exclusivamente dirigida al profesor puedes enviarle un mensaje privado desde el Campus Virtual. Además, en caso de que necesites profundizar en algún tema, puedes acordar con tu profesor una tutoría.

Es conveniente que leas con regularidad los mensajes enviados por compañeros y profesores, pues constituyen una vía más de aprendizaje.

7. Recomendaciones de estudio

La formación universitaria exige planificación y regularidad desde la primera semana. Es muy positivo el intercambio de experiencias y opiniones con profesores y demás estudiantes, ya que

permiten el desarrollo de competencias básicas como la flexibilidad, la negociación, el trabajo en equipo, y, por supuesto, el pensamiento crítico.

Por ello te proponemos una metodología general de estudio basada en los siguientes puntos:

- Seguir un ritmo de estudio constante y sistemático.
- Asistir a clase y acceder a la asignatura en el Campus Virtual de manera continuada para mantenerte actualizado sobre el desarrollo de la misma.
- Participar activamente en ella enviando opiniones, dudas y experiencias sobre los temas tratados y/o planteando nuevos aspectos de interés para su debate.
- Leer los mensajes enviados por los compañeros y/o los profesores.

Se considera de especial interés y valor académico la participación activa en las actividades del aula física y virtual. La forma en que puedes participar es muy variada: preguntando, opinando, realizando las actividades que el profesor proponga, participando en las actividades colaborativas, ayudando a otros compañeros, etc. Esta forma de trabajar supone esfuerzo, pero permite obtener mejores resultados en tu desarrollo competencial.

[Anexo con información detallada en el Campus Virtual]