

# Guía de aprendizaje

## Laboratorio de Creación y Desarrollo Visual

Curso: 2019/2020

Código: 9946001830

Profesor coordinador: Lucía Pitters Pérez

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 .....	12
4.2. Convocatoria extraordinaria .....	13
5.Bibliografía .....	13
6.Cómo comunicarte con tu profesor .....	14
7.Recomendaciones de estudio .....	14
Anexos con información detallada en el Campus Virtual .....	16

## Datos básicos de la asignatura/módulo

<b>ECTS</b>	6 ECTS (150 HORAS)
<b>Carácter</b>	OBLIGATORIA
<b>Idioma/s</b>	ESPAÑOL Y/O INGLÉS
<b>Modalidad</b>	PRESENCIAL
<b>Trimestre/Semestre</b>	2º SEMESTRE

## 2. Presentación de la asignatura

Al cursar esta asignatura, los estudiantes profundizarán en el uso de las herramientas tecnológicas que los capaciten para desarrollar sus propuestas creativas en el campo de la imagen digital y de la creación visual.

Desarrollarán 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 objetivos específicos de la asignatura se resumen en los siguientes puntos:

- El alumno conocerá los aspectos avanzados de postproducción y tratamiento de la 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.

Además, está estructurada en los siguientes bloques formativos:

1. La maquetación con Adobe Photoshop y Adobe InDesign.
2. Adobe After Effects
  - 2.1. Conociendo la interfaz
  - 2.2. Posproducción y etalonaje

2.3. Diseño 2D, Motion Graphics

2.4. Tracking y rotoscopia

2.5. El Cinemagraph

3. Adobe Photoshop

3.1. Introducción a la animación 2D con Photoshop

3.2. Stop-motion

3.3. Frame to frame.

Al finalizar este curso se pretende que el estudiante haya adquirido las siguientes **competencias y resultados de aprendizaje**:

### **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
CT1, CT2, CT4, CT5, CT10, CE11, CE13	RA1: Conocer la filosofía actual de la Comunicación Publicitaria, por lo que el alumno lleva asumida la esencia de su existencia.

CT1, CT10, CE4, CE5, CE13	RA9: Conocimiento de las herramientas tecnológicas de creación publicitaria del momento y de sus aplicaciones prácticas.
CT4, CT5, CE11, CE13, CE14	RA11: Será capaz de dominar los aspectos creativos, profesionales y de mercado propios de la profesión publicitaria.
CT4, CT5, CE11, CE13, CE14	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.
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, CT10, CE4, CE5, CE13	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.

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
Asistencia y participación activa en clase (modalidad presencial)	47,5 h
Trabajo guiado (tutorías, seguimiento de aprendizaje) (modalidad presencial)	12,5 h
Trabajo autónomo del alumno (modalidad presencial)	42,5 h
Trabajo grupal del alumno (modalidad presencial)	15 h
Otras actividades (Laboratorio, charlas, visitas externas...) (modalidad presencial)	32,5 h
<b>TOTAL</b>	<b>150 h</b>

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

Con cada tema se realizarán pequeños ejercicios de conocimiento que se subirán al Campus.

Resultados de aprendizaje	Actividad de aprendizaje	Tipo de actividad	Contenidos
RA9, RA11, RA14, RA16, RA17	Actividad 1	<b>ABP FICMEC: etalonaje digital</b> Trabajo grupal Consulta de recursos complementarios Aprendizaje colaborativo y cooperativo Aprendizaje basado en proyectos Presentación	Bloque II
RA9, RA14, RA16	Actividad 2	<b>Análisis de un largometraje de animación</b> Trabajo individual Consulta de recursos complementarios Análisis y reflexión Capacidad escrita	Bloque II
RA9, RA11, RA14	Actividad 3	<b>Animación de texto</b> Trabajo individual Consulta de recursos complementarios Aprendizaje colaborativo Presentación	Bloque II
RA9, RA11, RA14	Actividad 4	<b>Realización de logotipo animado</b> Trabajo individual Prácticas de laboratorio Presentación	Bloque II
RA9, RA11, RA14	Actividad 5	<b>Creación de una secuencia animada</b> Trabajo individual Prácticas en laboratorio Presentación	Bloque II
RA9, RA11, RA14	Actividad 6	<b>Realización de una obra pictórica en movimiento (Cinemagraph)</b> Experimento real Trabajo individual Trabajo grupal Consulta de recursos complementarios Prácticas de Laboratorio Presentación	Bloque II
RA1, RA9, RA16, RA17	Actividad 7	<b>Realización de un Stop-motion</b> Trabajo grupal Consulta de recursos Prácticas de Laboratorio Presentación	Bloque III

RA1, RA9, RA16, RA17	Actividad 8	<b>Frame 2 frame</b> Trabajo grupal Consulta de recursos Prácticas de Laboratorio Presentación	Bloque III
RA1, RA9, RA14, RA11, RA16, RA17	Actividad 9	<b>Proyecto final</b> Trabajo individual Prácticas de Laboratorio Presentación	

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás ver en detalle los enunciados de las actividades que tendrás que realizar, así como el procedimiento y la fecha de entrega de cada una de ellas.

## 4. Seguimiento y Evaluación

En la tabla inferior se indican las actividades evaluables, los criterios de evaluación de cada una de ellas, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura. La evaluación es continua.

Actividad evaluable	Criterios de evaluación	Sistema de evaluación	Peso (%)
Actividad 1	Aprendizaje basado en proyecto real: Atender a las peticiones del cliente y adaptarlo de forma armónica y concisa al formato que se pide.  Presentación.	Aprendizaje basado en proyecto real	25
Actividad 2	Investigación y documentación. Búsqueda de referencias. Capacidad para el análisis, la reflexión y la comprensión escrita.	Exposición oral (20%) Portafolio (20%) Caso/Problema (20%) Debate (20%) Observación de desempeño (20%)	10
Actividad 3	Uso y conocimiento de las competencias del programa.  Presentación.	Exposición oral (20%) Portafolio (20%) Prácticas en laboratorio (20%) Debate (20%) Observación de desempeño (20%)	20
Actividad 4	Uso y conocimiento de las competencias del programa.  Presentación.	Exposición oral (20%) Portafolio (20%) Prácticas en laboratorio (20%) Debate (20%) Observación de desempeño (20%)	
Actividad 6	Búsqueda de referencias. Dirección asistida. Uso y conocimiento de las competencias del programa.	Exposición oral (20%) Portafolio (20%) Prácticas en laboratorio (20%) Debate (20%) Observación de desempeño (20%)	

	Presentación.		
Actividad 7	Uso y conocimiento de las competencias del programa. Presentación.	Exposición oral (20%) Portafolio (20%) Prácticas en laboratorio (20%) Debate (20%) Observación de desempeño (20%)	<b>30</b>
Actividad 8	Uso y conocimiento de las competencias del programa. Presentación.	Exposición oral (20%) Portafolio (20%) Prácticas en laboratorio (20%) Debate (20%) Observación de desempeño (20%)	
Actividad 5	Uso y conocimiento de las competencias del programa. Presentación.	Exposición oral (20%) Portafolio (20%) Prácticas en laboratorio (20%) Debate (20%) Observación de desempeño (20%)	
Actividad 9	Aplicación de los conocimientos adquiridos. Proyecto final.	Exposición oral (20%) Portafolio (20%) Prácticas en laboratorio (20%) Debate (20%) Observación de desempeño (20%)	

La suma de las actividades más el 15% del alumno (asistencia, participación, interés y responsabilidad) suman el 100% evaluable de la asignatura.

#### 4.1. Convocatoria ordinaria

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.

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:**

- Trabajo trimestral: Trabajo trimestral: Entrega del Proyecto creativo personal: Desarrollo del proyecto en el que se apliquen los conocimientos adquiridos en clase: **30%**.
- Realización de ejercicios individuales y prácticas en clase y en el aula virtual. 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%**.
- Realización de trabajo de análisis y documentación: **10%**
- ABP FICMEC: Etalonaje digital: **25%**.
- Actitud del alumno: interés, participación, responsabilidad, interrelación con sus compañeros, uso del aula virtual: **15%**.

Para aprobar la asignatura, el alumno deberá haber superado la mínima calificación (5) en **TODAS** y cada una de las cuatro partes de las que consta la evaluación. **No superar** todos los hitos marcados supone el **suspenso** en la asignatura.

## **4.2. Convocatoria extraordinaria**

En la **convocatoria extraordinaria estándar**, el alumno deberá entregar todos los ejercicios y actividades que no haya realizado durante el trimestre o cuya nota sea menor que 5. Asimismo, si no ha superado la mínima calificación (5), tendrá que trabajar de manera individual en el trabajo de final de trimestre que forma parte de la evaluación continua y llevar a cabo una exposición oral.

La **convocatoria extraordinaria adelantada** se realiza entre 20 y 25 días hábiles después de la finalización de la asignatura correspondiente, tras suspender en ordinaria con una nota mayor o igual que 3 y menor que 5 (siguiendo los mismos criterios anteriores de evaluación). Esta convocatoria debe de ser solicitada por el estudiante y sustituye a la extraordinaria estándar.

## **Bibliografía**

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

### **BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:**

FAULKER, Andrew, After Effects CC (Diseño y Creatividad), Anaya Multimedia, 2015.

### **BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:**

MIRZOEFF, Nicholas, Una introducción a la cultura visual, Paidós, Barcelona, 2003

SERROY, Jean y LIPOVETSKY, Gilles, La estetización del mundo: Vivir en la época del capitalismo artístico, Anagrama, Barcelona 2015.

ZAFRA, Remedios, El entusiasmo, precariedad y trabajo creativo en la era digital, Anagrama, 2017.

## **6. Cómo comunicarte con tu profesor**

Si tienes alguna consulta exclusivamente dirigida al profesor puedes enviarle un mensaje privado desde el Campus Virtual, o un correo electrónico, nunca a través del móvil. El profesor, amparándose en la Ley de Protección de Datos, podrá solicitar un expediente al estudiante que obtenga su número móvil sin su expresa autorización. Además, en caso de que necesites profundizar en algún tema, puedes acordar con tu profesor una tutoría.

## **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.