

## 1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Movimientos Artísticos Contemporáneos
Titulación	Grado en Comunicación Publicitaria
Escuela/ Facultad	Ciencias Sociales
Curso	4º
ECTS	6
Carácter	Optativo
Idioma/s	Español
Modalidad	Presencial
Semestre	2
Curso académico	2024-2025
Docente coordinador	Pablo Miguel De Souza Sánchez

## 2. PRESENTACIÓN

Esta asignatura promueve una **interpretación razonada de los hitos que vertebran la Historia del Arte contemporáneo**, en especial en el **periodo de las vanguardias artísticas que media entre 1870 y 1945**, y la influencia que han tenido en la creatividad publicitaria, reivindicando las **convergencias entre el mundo del arte y la estética de la comunicación comercial, con la creación de iconos, recursos o elementos distintivos para el lenguaje artístico** de ese tiempo. Abarca, pues, el **análisis de obras de arte** generadas durante la época Contemporánea, y más concretamente los fenómenos y movimientos artísticos que se sucedieron entre el Impresionismo y el Cubismo. Con ella se pretende **fomentar el espíritu crítico entre el alumnado y hacerle partícipe de los discursos estéticos** en base a **lecturas contextuales y formales**, necesarios para la comprensión integradora del objeto de estudio.

### 3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

#### **Competencias básicas:** CB1, CB2, CB3, CB4, CB5

- 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, CT2, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8, CT9, CT10.

- 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.
- CT8 Iniciativa: Que el estudiante sea capaz de anticiparse proactivamente proponiendo soluciones o alternativas a las situaciones presentadas.
- CT9 Planificación: Que el estudiante sea capaz de determinar eficazmente sus metas y prioridades definiendo las acciones, plazos y recursos óptimos requeridos para alcanzar tales metas.
- 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 del módulo:** CE1, CE2, CE3, CE4, CE5, CE6, CE7, CE8, CE9, CE10, CE11, CE12, CE15. De las cuales se resaltan las que se desarrollan en esta asignatura:

- 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 publicitario.
- 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.
- 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:

En el Módulo 3 – Publicidad al que pertenece esta asignatura se detallan los siguientes Resultados de Aprendizaje:

1. Conocer la filosofía actual de la publicidad, por lo que el alumno lleva asumida la esencia de su existencia
2. Ser capaz de entender todo el sistema publicitario actual, sus estructuras y procesos de trabajo
3. Ser capaz de desencadenar capacidades comunicativas y de trabajo en equipo sobre proyectos de publicidad en todas sus variantes
4. 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
5. Capacidad de análisis e interpretación de la comunicación por efectos en el receptor
6. Ser capaz de entender todo el sistema de captación, entendimiento y memoria del receptor sobre los mensajes publicitarios persuasivos
7. 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.
8. Comprensión de las bases teórico-prácticas de la creatividad publicitaria.
9. Conocimiento de las herramientas tecnológicas de creación publicitaria del momento y de sus aplicaciones prácticas.
10. El estudiante sabrá gestionar proyectos multidisciplinarios en el Área Creativa.
11. Será capaz de dominar los aspectos creativos, profesionales y de mercado propios de la profesión publicitaria.
12. Tendrá capacidad para definir y gestionar presupuestos de comunicación y la correcta imputación de los costes de los aspectos creativos asociados a los proyectos.
13. 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.
14. 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.
15. 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.
16. Será capaz de definir y gestionar los recursos estéticos y creativos, tanto en formato gráfico como en textos, propios de la publicidad y la correcta aplicación de los mismos.
17. 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 publicitario.
18. El estudiante sabrá gestionar proyectos multidisciplinarios en el área estratégica y de gestión de clientes.
19. 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.
20. 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.
21. 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.
22. 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.
23. 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.

24. Ser capaz de entender la esencia de los formatos publicitarios actuales convencionales y no convencionales.
25. Ser capaz de manejar con soltura la esencia cognitiva y pragmática de los objetivos, estrategias y tácticas.
26. Capacidad de pensar de forma metodológica y orientada hacia la estrategia global.
27. Conocimiento de clasificaciones operativas de los medios y los soportes publicitarios.
28. Conocer profundamente cada uno de los medios convencionales y no convencionales.
29. Conocer los programas informáticos básico en el proceso de planificación de medios.

Con un carácter específico e integrador, y en base a las decisiones adoptadas en la coordinación del módulo, los resultados de aprendizaje que se desarrollarán en esta asignatura quedan definidos como sigue:

- RA5. Capacidad de análisis e interpretación de la comunicación por efectos en el receptor.
- 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.
- RA16. Será capaz de definir y gestionar los recursos estéticos y creativos, tanto en formato gráfico como en textos, propios de la publicidad 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 publicitario.

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:

C. Transversales	Competencias Básicas y Específicas	RESULTADOS DE APRENDIZAJE
CT1, CT2, CT4, CT5, CT9	CB1, CB3, CB5, CE15	RA5: Capacidad de <b>análisis e interpretación de la comunicación por efectos en el receptor</b>
CT1, CT2, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8, CT9	CB2, CB4, CE15	RA7: Capacidad de <b>conciencia perceptiva de los estímulos y efectos</b> que producen las <b>herramientas conceptuales y de creación</b> publicitarias, para poder <b>desencadenar una óptima utilización de los recursos persuasivos</b> en función de las necesidades del anunciante y las peculiaridades de su producto y de su marca.
CT1, CT2, CT5	CB1, CB3, CB5, CE4	RA8: Comprensión de las <b>bases teórico-prácticas de la creatividad publicitaria.</b>
CT1, CT2, CT5, CT6, CT8, CT9, CT10	CB4, CB5, CE4	RA16: Será capaz de <b>definir y gestionar los recursos estéticos y creativos, tanto en formato gráfico como en textos, propios de la comunicación publicitaria</b> y la correcta aplicación de los mismos.
CT1, CT2, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8, CT9, CT10	CB1, CB2, CB5, CE4, CE11	RA17: Será capaz de <b>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.</b>

## 4. CONTENIDOS

Contenidos esquematizados en la memoria:

Arte y publicidad: convergencias. Análisis de las vanguardias artísticas desde el Impresionismo al Cubismo. Estética de la comunicación comercial. Influencia de las vanguardias en la creatividad publicitaria. Se orientan a favorecer especialmente la competencia autoconfianza.

### Organización temática

#### 0. Introducción: contextualización y delimitación de los periodos histórico-artísticos.

#### 1. El Lenguaje del Arte y la publicidad: convergencias

##### 1.1. La creación artística como base para la construcción del pensamiento.

- 1.1.1. El lenguaje visual: elementos y composición.
- 1.1.2. Los conceptos de Arte y Artista.
- 1.1.3. El poder de representación, significación y mimesis del arte.

##### 1.2. El proceso creativo contemporáneo.

- 1.2.1. Análisis de los contextos.
- 1.2.2. Búsqueda de referencias.
- 1.2.3. Desarrollo de las ideas.

##### 1.3. Las estrategias narrativas en el arte y la publicidad.

#### 2. ANÁLISIS DE LAS VANGUARDIAS ARTÍSTICAS

##### Los movimientos artísticos del siglo XX y XXI.

- Impresionismo (1870-1890) y Posimpresionismo (1880-1906)
- Primitivismo y Fauvismo (1880-1930)
- Cubismo (1907-1919) y Futurismo (1909-1919)
- El Expresionismo (1893) y El Jinete Azul (1911-1913)
- Suprematismo / Constructivismo (1915-1925)
- Neoplasticismo (1917-1931) y Bauhaus (1919-1933)
- Dadaísmo (1916-1923) y Surrealismo (1924-1966)
- Tachismo (1940-1960) y Expresionismo abstracto (h. 1944 - 1964)
- Informalismo (h. 1946 - 1960)
- Pop art (a partir de 1950)
- Hiperrealismo (a partir de 1960)
- Arte de acción / Happening (a partir de 1957)
- Land art (a partir de 1960)
- Minimalismo (a partir de 1960) y Arte conceptual (a partir de 1961)
- Op art (a partir de 1964)
- Arte povera (a partir de 1967)
- Videoarte (a partir de los años 60), Arte digital (a partir de los años 70) y Netart (a partir de los años 90) y Arte interactivo/Metaformance (a partir de los años 90)

## 5. METODOLOGÍAS DOCENTES

Los contenidos a tratar a lo largo del trimestre y las dinámicas de trabajo a seguir dentro y fuera del aula quedarán respaldados en una interpretación coherente de la bibliografía disponible, así como de textos teóricos y de los testigos artísticos e históricos más notables del periodo o marco temporal que compete a la asignatura. Los conceptos fundamentales en relación a sus contenidos específicos son abordados en clases magistrales, la exposición de trabajos en el aula, el comentario de textos y el análisis pormenorizado de imágenes. Dicha dinámica posee como complemento indispensable la elaboración de diversas actividades por parte del alumno, de modo que tal metodología cumple los requisitos exigibles a una evaluación continua de los conocimientos adquiridos.

En la asignatura se emplearán las metodologías docentes 1, 3 y 4, sin perjuicio de emplear entre otras de forma habitual las siguientes: clase invertida (*Flipped classroom*), debate socrático (*the art of inquiri*) y aprendizaje colaborativo.

- (1) Clase magistral
- (3) Aprendizaje cooperativo
- (4) Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)

## 6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

Las actividades formativas pueden ser evaluables o no evaluables, pues las no evaluables, también calificadas de instrumentales, se realizan tanto en el aula como por el estudiante en forma de trabajos dirigidos que se incluirán en su diario gráfico reflexivo y que sirven para asentar los conocimientos. 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:

Tipo de actividad formativa	Horas totales de dedicación del estudiante a lo largo del semestre
Seminarios, foros y/o mesas redondas	46
Tutoría	4
Ejercicios prácticos y Participación oral	30
Estudio Autónomo	0
Resolución de Problemas / Trabajos dirigidos	30
Rol playing / Debates / Coloquios	10
Análisis de casos / Trabajos en grupo / Investigaciones	30
Clases magistrales asíncronas	0
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>

La equivalencia de los ECTS básicos que componen la materia es de 150 horas en total. De ellas 60 horas se desarrollan en el aula y **90 horas** son de trabajo del alumno fuera de clase. Esto quiere decir que al margen de las 4 horas de clase semanales se espera una dedicación del alumno de **5 a 6 horas adicionales por semana**. El alumno debe diseñar su horario semanal preservando un hueco para estas horas con objeto de realizar los trabajos de la asignatura.

## 7. EVALUACIÓN

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

### Modalidad presencial:

Sistemas de Evaluación	Ponderación mínima y máxima del módulo	Pesos de evaluación de cada una de las categorías de los sistemas de evaluación de la asignatura
Pruebas de conocimiento	10 % al 40 %	40%
Exposiciones orales	15 % al 30 %	15%
Portafolio	10 % al 20 %	10%
Caso/problema	10 % al 20 %	10%
Prácticas en laboratorio	20 % al 30 %	No aplica
Debate	10 % al 20 %	10%
Observación del desempeño	15 % al 25%	15%

100%

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

Se establece un **porcentaje de asistencia mínimo para la evaluación continua del 50 % como fija la normativa general de la universidad**. 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, por lo que **la asignatura será evaluada con un 4 como máximo**, pudiendo ser menor si la media de la calificación de la asignatura así lo es. 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

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria **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 de actividades formativas evaluables no ha sido superada, la asignatura será evaluada con un 4 (suspenso) como máximo pudiendo ser menor si la media de la calificación de la asignatura así lo es.

Las actividades formativas entregadas con retraso se considerarán **No Presentadas** (calificando con un 0 para el cálculo de la media) salvo causa mayor debidamente justificada por parte del estudiante.

Para superar la asignatura **deben entregarse y superarse tanto en convocatoria ordinaria como en extraordinaria todas las actividades formativas planificadas**.

Si en la categoría **Pruebas de conocimiento** se incluyen dos o más pruebas, **solo se realizará la media entre ellas a partir de una calificación de 5** en cada una de las pruebas de conocimiento. Por lo que, si una o varias de las pruebas de conocimiento no obtienen una calificación de 5 o superior, la asignatura

será evaluada con un 4 (suspense) como máximo, pudiendo ser menor si la media de la calificación de la asignatura así lo es.

**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.**

El estudiante que no supere la asignatura en convocatoria ordinaria podrá presentarse a la convocatoria extraordinaria.

## **7.2. Convocatoria extraordinaria**

El estudiante deberá entregar las actividades no superadas y/o no entregadas en convocatoria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del profesor en las tutorías de seguimiento de la Convocatoria Extraordinaria.

Adicionalmente el docente podrá proponer una prueba de conocimiento teórica y/o práctica complementaria a las pruebas de conocimiento (parciales) no superadas por el estudiante.

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. La calificación 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 **deben entregarse y superarse tanto en convocatoria ordinaria como en extraordinaria todas las actividades formativas planificadas.**

Asimismo, para superar la asignatura el estudiante debe obtener una **calificación de 5,0 sobre 10,0 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 de actividades formativas evaluables no ha sido superada, la asignatura obtendrá una calificación de 4 (suspense) como máximo pudiendo ser menor si la media de la calificación de la asignatura así lo es.

**Si en la categoría Pruebas de conocimiento se incluyen dos o más pruebas, solo se realizará la media entre ellas a partir de una calificación de 5 en cada una de las pruebas de conocimiento.**

**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.**

### **Asistencia y modelo HyFlex:**

La asistencia mínima para tener derecho a la evaluación continua será del 50%. Este **50% de asistencia será obligatoriamente presencial**, entendiéndose por presencial **que el estudiante esté presente físicamente en el aula. La asistencia presencial habrá de ser el 100% a las sesiones prácticas o experienciales.** El *HyFlex* forma parte de nuestro modelo académico, por tanto, **cada clase se grabará para que el alumnado pueda acceder y repasar las sesiones a través del repositorio de grabaciones. La asistencia virtual a través de *HyFlex* no contabilizará para la asistencia mínima necesaria para no perder la evaluación continua.**

### 7.3. Otros aspectos a tener en cuenta en la evaluación.

#### Sanciones por plagio

Atendiendo al Reglamento disciplinario de los estudiantes de la Universidad Europea:

[https://universidadeuropea.com/resources/media/documents/CAN\\_rev-REGLAMENTO DISCIPLINARIO 2020 COVID\\_rev.8.pdf](https://universidadeuropea.com/resources/media/documents/CAN_rev-REGLAMENTO DISCIPLINARIO 2020 COVID_rev.8.pdf)

- El plagio, en todo o en parte, de obras intelectuales de cualquier tipo se considera falta muy grave.
- La detección de la utilización del trabajo de compañeros tanto de esta asignatura como de otras asignaturas, cursos y titulaciones, así como de material propio del estudiante producido en otras asignaturas y/o en años anteriores, será considerado plagio y, por tanto, tratado como se establece en normativa.
- Las faltas muy graves relativas a plagios y al uso de medios fraudulentos para superar las 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.

#### Criterios para la modificación de fechas de pruebas de evaluación

Desde la Universidad se establecen unos criterios para la modificación de Fechas de Pruebas de Evaluación en convocatorias ordinaria y extraordinaria en Grado y Postgrado. Únicamente en determinadas situaciones excepcionales, el estudiante podrá solicitar la realización de pruebas de evaluación en fechas distintas a las oficialmente previstas.

Previa solicitud, tendrán derecho a modificación de fechas de pruebas de evaluación los estudiantes que se encuentren en alguna de las situaciones excepcionales detalladas en la normativa aprobada por el consejo de gobierno el 3 de julio del 2018. Para más detalle consultar: <https://universidadeuropea.com/conocenos/normativa/>

El profesor correspondiente, una vez valorado el caso y comprobada la documentación acreditativa, establecerá y comunicará al interesado la nueva fecha de la prueba de evaluación en caso de aprobarse el cambio. No obstante, en ningún caso podrá posponerse la nueva fecha más de un mes con respecto a la fecha original.

## 8. CRONOGRAMA

Cronograma con fechas de entrega de actividades formativas evaluables de la asignatura y pesos:

Pesos	Actividad de aprendizaje evaluable	Fechas	
30%	E1-DIARIO GRÁFICO REFLEXIVO	E1: Preentrega	12/03/2025
		E1: Entrega final	21/05/2025
30%	E2-ANÁLISIS DE UNA FUENTE DOCUMENTAL. Relaciones entre Arte y Publicidad	E2: Preentrega	19/03/2025
		E2: Presentación	7/05/2025
40%	PRUEBAS DE CONOCIMIENTO	PARCIAL 1	12/03/2025
		PARCIAL 2	21/05/2025

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

## 9. BIBLIOGRAFÍA

La obra de referencia para el seguimiento de la asignatura es:

Gompertz, W. (2016, 1ª ed. 2013). ¿Qué estás mirando? 150 años de Arte Moderno. Edit. Taurus. Madrid.

A continuación, se indican cinco referencias bibliográficas recomendadas, en el campus virtual encontrarás una más extensa selección de referencias, con enlaces *url* para las que están disponibles en abierto:

Bordes, J. (2007) La Infancia de las Vanguardias. Editorial Cátedra. Madrid

Calvino, I. (2000, 1ª Edic. 1989). Seis propuestas para el próximo milenio. Edit. Siruela. Madrid.

Jeannine F., y Feierabend, P. (2008). Bauhaus. Ullmann Publishing; Edición: 90th Anniversary.

Meneguzzo, M. (2006). El siglo XX Arte contemporáneo. Editorial Mondadori - Electa. Barcelona.

Montaner, J. M. (2002). Las formas del siglo XX. ISBN 8425218217. ISBN 9788425218217

## 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

**¡Tu 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.