



Proyecto/Guía docente de la asignatura				Project/Course Syllabus
Asignatura <i>Course</i>	Diseño y Comunicación Visual Design and Visual Communication			
Materia <i>Subject area</i>	Fundamentos de Diseño Industrial			
Módulo <i>Module</i>				
Titulación <i>Degree Programme</i>	Grado en Ingeniería en Diseño Industrial y Desarrollo del Producto			
Plan <i>Curriculum</i>	448	Código <i>Code</i>	42427	
Periodo de impartición <i>Teaching Period</i>	2º CUATRIMESTRE	Tipo/Carácter <i>Type</i>	OB	
Nivel/Ciclo <i>Level/Cycle</i>		Curso <i>Course</i>	1º	
Créditos ECTS <i>ECTS credits</i>	6,0 ECTS			
Lengua en que se imparte <i>Language of instruction</i>	Castellano			
Profesor/es responsable/s <i>Responsible Teacher/s</i>	Carlos Rodríguez Fernández (Coordinador)			
Datos de contacto (E-mail, teléfono...) <i>Contact details (e-mail, telephone...)</i>	carlos.rodriguez.fernandez@uva.es / 983 423 457			
Departamento <i>Department</i>	Dpto. de Teoría de la Arquitectura y Proyectos Arquitectónicos			
Fecha de revisión por el Comité de Título <i>Review date by the Degree Committee</i>	22/06/2026			

En caso de guías bilingües con discrepancias, la validez será para la versión en español.
In the case of bilingual guides with discrepancies, the Spanish version will prevail.

Disposición de género. En coherencia con el valor asumido de la igualdad de género, y de conformidad con el artículo 14.11 de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, todas las denominaciones que, en virtud del principio de economía del lenguaje, se hagan en género masculino inclusivo en este documento, referidas a titulares o miembros de órganos o a colectivos de personas, se entenderán realizadas tanto en género femenino como en masculino.

Cuidemos el Medio Ambiente. Por favor, no imprima este documento si no es necesario. De esta manera se ahorra agua, energía y recursos forestales. En caso de ser necesario, no olvide reciclarlo.



1. Situación / Sentido de la Asignatura

Course Context and Relevance

1.1 Contextualización

Course Context

- Asignatura de primer curso.
- Formación básica del Grado necesaria como introducción y fundamento teórico.

1.2 Relación con otras materias

Connection with other subjects

- Se relaciona, de un modo más directo, con asignaturas como Expresión Artística, Dibujo Artístico, Estética e Historia del Diseño y Taller I y II.

1.3 Prerrequisitos

Prerequisites

- Requisitos previos necesarios: Diseño Básico y Creatividad





2. Resultados del proceso de formación y de aprendizaje (RD 822/2021) o competencias (RD 1393/2007)

Learning outcomes (RD 822/2021) or competences (RD 1393/2007)

2.1 (RD1393/2007) Competencias Generales

General Competences

- CG1 Capacidad de abstracción, análisis y síntesis
- CG2 Capacidad de organización y Planificación del tiempo
- CG9 Capacidad para trabajar en equipo de forma eficaz.
- CG11 Capacidad para la Creatividad y la Innovación.

2.2 (RD1393/2007) Competencias Específicas

Specific Competences

- CE-F-3 Aplicar y dominar conocimientos culturales, tecnológicos y de comunicación.
- CE-F-10 Conocer y aplicar las principales teorías semióticas
- CE-F-8 Capacidad para la comunicación en lenguajes formales gráficos y simbólicos
- CE-E-7 Capacidad de proyectar, visualizar y comunicar ideas.



3. Objetivos

Course Objectives

- Identificar las principales teorías semióticas.
- Conocer y aplicar los métodos y técnicas para el análisis semiótico.
- Conocer los principios de la comunicación visual y los principios teóricos de la imagen.
- Desarrollar las habilidades de lectura y comprensión de imágenes.
- Saber expresarse en lenguajes gráficos y simbólicos.
- Desarrollar habilidades para la creación de mensajes visuales.
- Conocer el trabajo de los principales referentes en Diseño Gráfico.
- Aplicar los conceptos principales de Diseño Gráfico en diferentes proyectos.



4. Contenidos y/o bloques temáticos**Course Contents and/or Modules****Bloque 1: EL MENSAJE VISUAL****Module 1: The visual message**

Carga de trabajo en créditos ECTS: 2
Workload in ECTS credits:

a. Contextualización y justificación**a. Context and rationale**

- Formación básica del Grado necesaria como introducción y fundamento teórico.

b. Objetivos de aprendizaje**b. Learning objectives**

- Identificar las principales teorías semióticas.
- Conocer y aplicar los métodos y técnicas para el análisis semiótico.
- Conocer los principios de la comunicación visual y los principios teóricos de la imagen.
- Desarrollar las habilidades de lectura y comprensión de imágenes.
- Saber expresarse en lenguajes gráficos y simbólicos.
- Desarrollar habilidades para la creación de mensajes visuales.
- Conocer el trabajo de los principales referentes en Diseño Gráfico.
- Aplicar los conceptos principales de Diseño Gráfico en diferentes proyectos.

c. Contenidos**c. Contents****TEMA 1.1 Introducción a la Comunicación Visual**

Breve introducción a la semiótica general, semiótica específica y semióticas aplicadas. Análisis del concepto de código visual. Estudio de las relaciones entre semiótica y semántica.

TEMA 1.2 Retórica Visual

Tropos visuales de adición (repetición, epanadiplosis, hipérbole, préstamo y sinonimia), sustracción (elipsis), sustitución (metáfora, alegoría, metonimia, calambur y prosopopeya) e intercambio (antítesis, paralelismo y gradación)

TEMA 1.3 Comportamientos del Consumidor

La teoría económica, las motivaciones del inconsciente de Sigmund Freud, la clasificación de Henry Murray y la Pirámide de Maslow.

TEMA 1.4 Generación de Enunciados Visuales

Mapas mentales y volcado visual de datos. Asociaciones forzadas y verbos de acción, activar una idea. Signos visuales: icono, huella y símbolo.

d. Métodos docentes**d. Teaching and Learning methods**

- No tiene docencia reglada.
- Se realizará un trabajo específico del bloque.
- Se ofrecerá una tutoría específica para el desarrollo de este bloque.

e. Plan de trabajo**e. Work plan**

- Se ofrecerá una tutoría específica para el desarrollo de este bloque, en la que se atenderán las dudas relativas al contenido teórico y al proyecto desarrollado en seminario.

f. Evaluación**f. Assessment**

- Prueba escrita y evaluación de trabajo.

g Material docente**g Teaching material**

- Mensajes de Paz. Catálogo de la exposición. Trabajos de alumnos de Diseño y Comunicación Visual 2021.22 Grado en Ingeniería en Diseño Industrial y Desarrollo de Producto. Disponible en el Repositorio Documental UVA: <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/53770>

g.1 Bibliografía básica**Required Reading**

- AICHER, ACASO, M. *El lenguaje visual*. Barcelona: Paidós Estética, 2011.
- AICHER, O. *Sistemas de signos en la comunicación visual*. México: Gustavo Gili, 1995.
- AMBROSE, G. *Imagen*. Barcelona: Parramón, 2006.
- ARNHEIM, R. *El pensamiento visual*. Barcelona: Paidós Estética, 1998.
- AUMONT, J. *La imagen*. Barcelona: Paidós, 1992.
- BARTHES, R. *La aventura semiológica*. Barcelona: Paidós, 1993.
- BARTHES, R. *La cámara lúcida: nota sobre la fotografía*. Barcelona: Paidós, 2016.
- ECO, U. *Signo*. Barcelona: Labor, 1998.
- *La estructura ausente: introducción a la semiótica*. Barcelona: Lumen, 1973.
- *Tratado de semiótica general*. Barcelona: Lumen, 1981.
- FLOCH, J.M. *Semiótica, marketing y comunicación; bajo los signos, las estrategias*. Barcelona: Paidós Comunicación, 1993.
- FRASCARA, J. *El diseño de comunicación*. Buenos Aires: Ed. Infinito, 2011.
- GOMBRICH, E.H., HOCHBERG, J. y BLACK, M. *Arte, percepción y realidad*. Barcelona: Paidós Comunicación, 1992.
- HOFFMAN, D. *Inteligencia visual cómo creamos lo que vemos*. Barcelona: Paidós, 2000.
- KEPES, G. *El lenguaje de la Visión*. Buenos Aires: Ed. Infinito, 1976.
- LEDESMA, M. *El diseño gráfico, una voz pública. De la comunicación visual en la era del individualismo*. Buenos Aires: Ed. Argonauta, 2003.
- MARTÍNEZ-VAL, J. *Comunicación en el diseño gráfico: la lógica de los mensajes visuales en diseño, publicidad e Internet*. Madrid: Laberinto, 2004.
- RICARD, A. *La aventura creativa, las raíces del diseño*. Barcelona: Ariel, 2017.
- SATUÉ, E. *El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días*. Madrid: Alianza Forma, 2004.
- SEBEEK, T.A. *Signo, una introducción a la semiótica*. Barcelona: Paidós Comunicación, 1996.
- YATES, D. *De la publicidad al diseño de comunicación: la revolución creativa que está cambiando el mundo*. Barcelona: Promopress, 2016.
- ZIMMERMANN, Y. *Del Diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, 1998.
- SONTAG, S. *Sobre la fotografía*. Barcelona: Debolsillo, 2011.

g.2 Bibliografía complementaria**Supplementary Reading****g.3 Otros recursos telemáticos (píldoras de conocimiento, blogs, videos, revistas digitales, cursos masivos (MOOC), ...)**

Additional Online Resources (microlearning units, blogs, videos, digital journals, massive online courses (MOOC), etc.)

h. Recursos necesarios**Required Resources**

- Despacho para tutoría
- Plataforma de Campus Virtual

i. Temporalización**Course Schedule**

- Tutoría de seguimiento a convenir con cada alumno.

Bloque 2: LA COMPOSICIÓN VISUAL**Module 1: The visual composition**

Carga de trabajo en créditos ECTS: 2
Workload in ECTS credits:

a. Contextualización y justificación**a. Context and rationale**

- Formación básica del Grado necesaria como introducción y fundamento teórico.

b. Objetivos de aprendizaje**b. Learning objectives**

- Identificar las principales teorías semióticas.
- Conocer y aplicar los métodos y técnicas para el análisis semiótico.
- Conocer los principios de la comunicación visual y los principios teóricos de la imagen.
- Desarrollar las habilidades de lectura y comprensión de imágenes.
- Saber expresarse en lenguajes gráficos y simbólicos.
- Desarrollar habilidades para la creación de mensajes visuales.
- Conocer el trabajo de los principales referentes en Diseño Gráfico.
- Aplicar los conceptos principales de Diseño Gráfico en diferentes proyectos.

c. Contenidos**c. Contents****TEMA 2.1 Historia del Cartel**

La belle époque y el Art Nouveau, las vanguardias artísticas, Bauhaus, Cassandre y el Art Decó, el cartel fotográfico y el Poster Style, el Pop Art, la imagen conceptual y el cartel en España: Alberto Corazón, Manuel Estrada, Javier Mariscal e Isidro Ferrer.

TEMA 2.2 Gramática Visual

Los objetos y estructuras abstractos: punto, línea, superficie y volumen, juegos con la perspectiva y el formato. Objetos y estructuras concretos: de lo natural a lo geométrico, texturas y patrones visuales. Las acciones: imágenes como representación del mundo físico, movimiento inducido en el espectador. Los estímulos visuales: el peso y el equilibrio, la idea de espacio y materia.

TEMA 2.3 Fundamentos Sintácticos y Estrategias de Composición Visual

Binomios compositivos: equilibrio y tensión, el eje sentido, nivelación y aguzamiento. El principio de anisotropía espacial. Principios formadores de la imagen. Estrategias y técnicas de composición visual.

d. Métodos docentes**d. Teaching and Learning methods**

- No tiene docencia reglada.
- Se realizará un trabajo específico del bloque.
- Se ofrecerá una tutoría específica para el desarrollo de este bloque.

e. Plan de trabajo**e. Work plan**

- Se ofrecerá una tutoría específica para el desarrollo de este bloque, en la que se atenderán las dudas relativas al contenido teórico y al proyecto desarrollado en seminario.

f. Evaluación**f. Assessment**

- Prueba escrita y evaluación de trabajo.

g. Material docente

g Teaching material

- Mensajes de Paz. Catálogo de la exposición. Trabajos de alumnos de Diseño y Comunicación Visual 2021.22 Grado en Ingeniería en Diseño Industrial y Desarrollo de Producto. Disponible en el Repositorio Documental UVA: <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/53770>

g.1 Bibliografía básica**Required Reading**

AMBROSE, G. y HARRIS, P. *Bases del diseño layout*. Barcelona: Parramón, 2008.
ARNHEIM, R. *Arte y percepción visual: psicología del ojo creador*. Madrid: Alianza, 1998.
BARNICOAT, J. *Los carteles: su historia y su lenguaje*. Barcelona: Gustavo Gili, 2000.
BELJON, J.J. *Gramática del Arte*. Madrid: Celeste Ediciones, 1993.
BRAND, W. *Visual Thinking*. Barcelona: Gustavo Gili, 2023.
HELLER, E. *Psicología del color*. Barcelona: Gustavo Gili, 2004.
KANIZSA, G. *Gramática de la visión percepción y pensamiento*. Barcelona: Paidós, 1998.
KANDINSKY, V. *De lo espiritual en el arte*. Barcelona: Paidós, 2007. (1ª ed. 1911).
— *Punto y Línea sobre el plano*. Barcelona: Seix Barral, 2010. (1ª ed. 1923)
KOCH, Rudolf. *El libro de los símbolos*. Editorial Dilema, 2013.
KÜPPERS, H. *Fundamentos de la Teoría de los colores*. Barcelona: Gustavo Gili, 1992.
LEBORG, Ch. *Gramática visual*. Barcelona: Gustavo Gili, 2013.
LUCIE, E. *Artes Visuales en el siglo XX*. Colonia: Könemann, 2000.
LUPTON, E. *Intuición, acción, creación. Graphic Design Thinking*. Barcelona: Gustavo Gili, 2012.
LUPTON, E., PHILIPS, J.C. *Diseño gráfico: Nuevos fundamentos*. Gustavo Gili, Barcelona, 2016.
MORRIS, Ch. *Fundamentos de la teoría de los signos*. Barcelona: Paidós Comunicación, 1998.
MUNARI, Bruno. *Dibujar el sol*. Barcelona: Gustavo Gili, 2023.
MÜLLER-BROCKMANN, J. *Sistemas de retículas: un manual para diseñadores gráficos*. Barcelona: Gustavo Gili, 1982.
ITTEN, J. *El arte del color*. Barcelona: Gustavo Gili, 2020. (1ª Ed. 1961).
SAMARA, T. *Diseñar con y sin retícula*. Barcelona: Gustavo Gili, 2004.
PANOFSKI, E. *La perspectiva como forma simbólica*. Barcelona: Austral, 2018. (1ª Ed. 1927)
SWANN, A. *Bases del Diseño Gráfico*. Barcelona: Gustavo Gili, 2004.
WONG, W. *Principios del Diseño en color*. Barcelona: Gustavo Gili, 2006.
WONG, W. *Fundamentos del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, 2007.

g.2 Bibliografía complementaria**Supplementary Reading****g.3 Otros recursos telemáticos (píldoras de conocimiento, blogs, videos, revistas digitales, cursos masivos (MOOC), ...)**

Additional Online Resources (microlearning units, blogs, videos, digital journals, massive online courses (MOOC), etc.)

h. Recursos necesarios**Required Resources**

- Despacho para tutoría
- Plataforma de Campus Virtual

i. Temporalización**Course Schedule**

- Tutoría de seguimiento a convenir con cada alumno.

Bloque 3: LA IDENTIDAD VISUAL**Module 1: The visual identity**

Carga de trabajo en créditos ECTS: 2
Workload in ECTS credits:

a. Contextualización y justificación**a. Context and rationale**

- Formación básica del Grado necesaria como introducción y fundamento teórico.

b. Objetivos de aprendizaje**b. Learning objectives**

- Identificar las principales teorías semióticas.
- Conocer y aplicar los métodos y técnicas para el análisis semiótico.
- Conocer los principios de la comunicación visual y los principios teóricos de la imagen.
- Desarrollar las habilidades de lectura y comprensión de imágenes.
- Saber expresarse en lenguajes gráficos y simbólicos.
- Desarrollar habilidades para la creación de mensajes visuales.
- Conocer el trabajo de los principales referentes en Diseño Gráfico.
- Aplicar los conceptos principales de Diseño Gráfico en diferentes proyectos.

c. Contenidos**c. Contents****TEMA 3.1 La Identidad Visual Corporativa**

Signos identificadores básicos: nombres, logotipos, isotipos, imago-tipos, isologos y logo icon. Iconización de la tipografía. Sistemas de identidad visual corporativa. Manuales de identidad corporativa

TEMA 3.2 La Cultura Universal de las Marcas

AEG, pionero en diseño integral, el caso de Olivetti, IBM, Massimo Vignelli y el metro de Nueva York, la escuela de Ulm, Otl Aicher y los JJOO Munich, Cruz Novillo, el hombre que diseñó España

TEMA 3.3 Metodología del proyecto gráfico

Fases metodológicas: Investigación, identificación, sistematización, diagnóstico. Política, estrategia intervención y elaboración de imagen identificativa.

d. Métodos docentes**d. Teaching and Learning methods**

- No tiene docencia reglada.
- Se realizará un trabajo específico del bloque.
- Se ofrecerá una tutoría específica para el desarrollo de este bloque.

e. Plan de trabajo**e. Work plan**

- Se ofrecerá una tutoría específica para el desarrollo de este bloque, en la que se atenderán las dudas relativas al contenido teórico y al proyecto desarrollado en seminario.

f. Evaluación**f. Assessment**

- Prueba escrita y evaluación de trabajo.

g Material docente**g Teaching material****g.1 Bibliografía básica****Required Reading**



- AAVV. *Brand New Brand*. Gestalten, 2012.
- AAVV. *From Type to Logo*. Victionary, 2022.
- AAKER, David. *Las marcas según Aaker: 20 principios para conseguir el éxito*. Empresa Activa, 2014.
- *Identity Designed: The process: Research, Strategy, Design, Implementation*. Rockport Publishers, 2024.
- *Diseño de logos. La guía definitiva para crear la identidad visual de una marca*. Anaya Multimedia, 2019.
- AICHER, Otl. *El mundo como proyecto*. Barcelona: Gustavo Gili, 2005.
- AMBROSE, G. *Fundamentos de la tipografía*. Barcelona: Parramón, 2006.
- AMBROSE, G. y HARRIS, P. *Metodología del Diseño*. Barcelona: Parramón, 2010.
- CHAVES, Norberto. *Marca Gráfica Corporativa, institucional y de Lugar*. Experimenta, 2021.
- DE SOTO, Drew. *Lo Que Hay Que Saber Sobre el Diseño de Identidad Corporativa*. Hoaki, 2020.
- DONDIS, D.A. *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. Barcelona: GG, 2010.
- GERNSHEIMER, Jack. *Designing Logos: The process of creating Symbols that endure*. New York: Allworth Press, 2008.
- JACOBS, Marvin. *Graphic Design Concepts*. North Olmsted: Words&Pictures Publishing, 2007.
- LUPTON, E. *Intuición, acción, creación. Graphic Design Thinking*. Barcelona: Gustavo Gili, 2012.
- *Pensar con tipos. Una guía clave para estudiantes, diseñadores, editores y escritores*. Barcelona: Gustavo Gili, 2014.
- LUPTON, E., PHILIPS, J.C. *Diseño gráfico: Nuevos fundamentos*. Barcelona: Gustavo Gili, 2016.
- MARÍN, R. *Ortotipografía para diseñadores*. Barcelona: Gustavo Gili, 2013.
- MIJKSENAAR, P. y WESTENDORP, P. *Abrir aquí, el arte del diseño de instrucciones*. Colonia: Könemann, 2000.
- MOLLERUP, Per. *Marks of Excellence. The History and Taxonomy of Trademarks*. London: Phaidon Press, 1997.
- MULLER, Jens. *Logo Modernism*. Taschen, 2022.
- *Logo Beginnings*. Taschen, 2022.
- JOHNSON, Michael. *Branding In Five and a Half Steps*. Londres: Thames and Hudson, 2016.
- RATHGEB, M. *Otl Aicher*. Phaidon Press, 2006.
- SATUÉ, E. *El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días*. Madrid: Alianza Forma, 2004.
- SHAOQUIANG, Wang. *Decoding Logos. From Logo Design to Branding*. Hoaki, 2022.
- WHEELER, Alina. *Diseño de marcas*. Madrid: Wiley, 2018.
- *Diseño de marcas. Una guía esencial para todo el equipo de diseño de una marca*. Madrid: Anaya Multimedia, 2013.

g.2 Bibliografía complementaria

Supplementary Reading

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

Additional Online Resources (microlearning units, blogs, videos, digital journals, massive online courses (MOOC), etc.)

h. Recursos necesarios

Required Resources

- Despacho para tutoría
- Plataforma de Campus Virtual

i. Temporalización

Course Schedule

- Tutoría de seguimiento a convenir con cada alumno.

5. Métodos docentes y principios metodológicos

Instructional Methods and guiding methodological principles

MÉTODOS DOCENTES	OBSERVACIONES
Tutorías	Tutorías de seguimiento personalizadas con cada alumno, una dedicada a cada bloque, para revisión de contenido teórico y del trabajo.

Las metodologías docentes utilizadas en el desarrollo de la materia y su relación con las competencias a desarrollar.

- Tutorías de seguimiento personalizadas con cada alumno, una dedicada a cada bloque, para revisión de contenido y de trabajo.

Competencias a desarrollar: CG1, CG2, CG9, CG11, CE-F-3, CE-F-10, CE-F-8, CE-E-7

6. Tabla de dedicación del estudiantado a la asignatura

Student Workload Table

ACTIVIDADES PRESENCIALES o PRESENCIALES A DISTANCIA ⁽¹⁾	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Tutorías de seguimiento		Estudio y trabajo autónomo individual	150
Total presencial	0	Total no presencial	150
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

Assessment system and criteria

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO ASSESSMENT METHOD/PROCEDURE	PESO EN LA NOTA FINAL WEIGHT IN FINAL GRADE	OBSERVACIONES REMARKS
Prueba final	40%	De carácter teórico – práctica
Ejercicios seminarios	60%	Evaluación de trabajos desarrollados de forma individual.

**CRITERIOS DE CALIFICACIÓN ASSESSMENT CRITERIA**

La evaluación está dirigida a desarrollar las competencias transversales y específicas de la asignatura. Al tratarse de un plan en extinción y no tener docencia asignada, el alumno tendrá que adquirirlas de forma autónoma.

Se realizará un trabajo individual por cada bloque de la asignatura, a partir de los enunciados colgados en Campus Virtual por el profesor, y que deberán ser entregados por el alumno a través de Campus Virtual en las fechas acordadas.

Para la preparación del examen se seguirá la bibliografía especificada en esta guía docente, que se podrá acompañar por material de apoyo en Campus Virtual.

Se proporcionará al alumno la posibilidad de acordar con el profesor tres tutorías de seguimiento, una por cada bloque de la asignatura, en las que se resolverán dudas del trabajo y del contenido teórico del bloque. Estas tutorías serán convenidas previamente con cada alumno.

- **Convocatoria ordinaria:**

- Se deberán haber entregado los trabajos obligatorios de la asignatura y obtener una puntuación de 5 en cada uno de ellos.
- Se deberá obtener una puntuación de 5 en la prueba final.
- Se valorará la presentación y la calidad gráfica en cada ejercicio. La descuidada presentación podría conllevar al suspenso de la prueba.
- Cualquier tipo de fraude en una prueba escrita o trabajo, copia o plagio supondrá una nota de 0 en dicha prueba.
- En seminarios el uso de Inteligencia Artificial (IA) no autorizada por el profesor, supondrá una nota de 0 en dicha prueba.

- **Convocatoria extraordinaria*:**

Los criterios de evaluación serán los mismos que para la convocatoria ordinaria. Se guardarán para esta convocatoria las calificaciones de los seminarios siempre que estén aprobados en la convocatoria ordinaria del mismo curso académico.

- Se deberán haber entregado los trabajos obligatorios de la asignatura y obtener una puntuación de 5 en cada uno de ellos.
- Se deberá obtener una puntuación de 5 en la prueba final.
- Se valorará la presentación y la calidad gráfica en cada ejercicio. La descuidada presentación podría conllevar al suspenso de la prueba.
- Cualquier tipo de fraude en una prueba escrita o trabajo, copia o plagio supondrá una nota de 0 en dicha prueba.
- En seminarios el uso de Inteligencia Artificial (IA) no autorizada por el profesor, supondrá una nota de 0 en dicha prueba.

(*) Se entiende por convocatoria extraordinaria la segunda convocatoria.

RECORDATORIO El estudiante debe poder puntuar sobre 10 en la convocatoria extraordinaria salvo en los casos especiales indicados en el Art 35.4 del ROA 35.4. "La participación en la convocatoria extraordinaria no quedará sujeta a la asistencia a clase ni a la presencia en pruebas anteriores, salvo en los casos de prácticas externas, laboratorios u otras actividades cuya evaluación no fuera posible sin la previa realización de las mencionadas pruebas."

<https://secretariageneral.uva.es/wp-content/uploads/VII.2.-Reglamento-de-Ordenacion-Academica.pdf>

(*)The term "second exam session (extraordinary/resit)" refers to the second official examination opportunity.

REMINDER Students must be assessed on a scale of 0 to 10 in the extraordinary session, except in the special cases indicated in Article 35.4 of the ROA: "Participation in the extraordinary exam session shall not be subject to class attendance or participation in previous assessments, except in cases involving external internships, laboratory work, or other activities for which evaluation would not be possible without prior completion of the aforementioned components."

<https://secretariageneral.uva.es/wp-content/uploads/VII.2.-Reglamento-de-Ordenacion-Academica.pdf>



8. Consideraciones finales

Final remarks

- Para aprobar el curso es necesario aprobar cada una de las partes por separado.
- En los trabajos de seminario el uso de Inteligencia Artificial (IA) no autorizada por el profesor, supondrá una nota de 0 en dicha prueba.

