

# Título Superior de las Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño (nivel grado)

Curso 2017-2018

---

Guía docente de  
**Comunicaciones y Recursos**  
Especialidad de Diseño de Producto

Título Superior de las Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño (nivel grado)  
 Guía docente de la asignatura **Comunicaciones y Recursos**

**1. Identificación de la asignatura**

|                        |                                |
|------------------------|--------------------------------|
| Tipo                   | Obligatoria de especialidad    |
| Materia                | Gestión del Diseño de Producto |
| Especialidad           | Diseño de Producto             |
| Periodo de impartición | Curso 4º / 1º semestre         |
| Nº créditos            | 2                              |
| Departamento           | Cultura y Gestión del Diseño   |
| Idioma/s               | Español                        |

**2. Profesor responsable de la asignatura**

|                            |  |
|----------------------------|--|
| Apellidos y nombre         | Correo electrónico   |
| Gallego Villegas, Angelina | <a href="mailto:agallego@esdmadrid.es">agallego@esdmadrid.es</a> |

**3. Relación de profesores y grupo a los que imparten docencia**

| Apellidos y nombre         | Correo electrónico   | Grupos |
|----------------------------|--|--------|
| Gallego Villegas, Angelina | <a href="mailto:agallego@eesdmadrid.es">agallego@eesdmadrid.es</a> | mañana |
| Viedma, Juan               | <a href="mailto:jviedma@esdmadrid.es">jviedma@esdmadrid.es</a>     | tarde  |

**4. Presentación de la asignatura**

COMUNICACIONES Y RECURSOS es una asignatura perteneciente a la materia de Gestión del Diseño de Producto. Se ubica en el último curso de la especialidad Diseño de Producto de los Estudios Superiores de Diseño. Esta asignatura da continuidad y amplía las competencias adquiridas por el estudiante en la asignatura de "Gestión del diseño". Tiene como finalidad mejorar las capacidades de comunicación del estudiante e introducirle en los principios, métodos y técnicas del marketing para el ejercicio de su actividad profesional.

**4.1. Prelación, requisitos previos y/o recomendaciones**

Se recomienda haber alcanzado las competencias de la asignatura:  
 Organización empresarial.

## 5. Competencias

|  |
|--|
| <b>Competencias transversales (comunes a cualquier titulación de grado)</b>  |
| <b>2CT</b> Recoger información significativa, analizarla, sintetizarla y gestionarla adecuadamente.  |
| <b>3CT</b> Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza.   |
| <b>4CT</b> Utilizar eficientemente las tecnologías de la información y la comunicación.  |
| <b>6CT</b> Realizar autocrítica hacia el propio desempeño profesional e interpersonal.   |
| <b>7CT</b> Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo  |
| <b>Competencias generales (comunes a otras asignaturas del título superior de diseño)</b>  |
| <b>1CG</b> Investigar en los aspectos intangibles y simbólicos que inciden en la calidad.  |
| <b>3CG</b> Comunicar ideas y proyectos a los clientes, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo.  |
| <b>5CG</b> Conocer el contexto económico, social y cultural en que tiene lugar el diseño   |
| <b>6CG</b> Valorar la dimensión del diseño como factor de igualdad y de inclusión social, y como transmisor de valores culturales.   |
| <b>9CG</b> Plantear, evaluar y desarrollar estrategias de aprendizaje adecuadas al logro de objetivos personales y profesionales   |
| <b>Competencias específicas (propias de esta asignatura)</b>   |
| <b>3CEP</b> Proponer, evaluar y determinar soluciones alternativas a problemas complejos de diseño de productos y sistemas.  |
| <b>4CEP</b> Valorar e integrar la dimensión estética en relación al uso y funcionalidad del producto.  |
| <b>11CEP</b> Conocer los recursos tecnológicos de la comunicación y sus aplicaciones al diseño de producto.  |
| <b>13CEP</b> Conocer el contexto económico, social, cultural e histórico en el que se desarrolla el diseño de producto.  |
| <b>15CEP</b> Reflexionar sobre la influencia social positiva del diseño, su incidencia en la mejora de la calidad de vida y del medio ambiente y su capacidad para generar identidad, innovación y calidad en la producción. |
| <b>Otras competencias específicas (propias de esta asignatura, no contempladas en el plan de estudios)</b>   |
| <b>3CEP</b> Proponer, evaluar y determinar soluciones alternativas a problemas complejos de diseño de productos y sistemas.  |
| <b>4CEP</b> Valorar e integrar la dimensión estética en relación al uso y funcionalidad del producto.  |
| <b>11CEP</b> Conocer los recursos tecnológicos de la comunicación y sus aplicaciones al diseño de producto.  |
| <b>13CEP</b> Conocer el contexto económico, social, cultural e histórico en el que se desarrolla el diseño de producto.  |
| <b>15CEP</b> Reflexionar sobre la influencia social positiva del diseño, su incidencia en la mejora de la calidad de vida y del medio ambiente y su capacidad para generar identidad, innovación y calidad en la producción. |

## 6. Resultados del aprendizaje

|  |
|--|
| <p>Saber comunicar el Diseño de Producto.</p> <p>Saber posicionarlo en el Mercado</p> <p>Ser capaces de elaborar un Plan de Marketing de Producto.</p> |
|--|

## 7. Contenidos

| Bloque temático | Tema | Apartados |
|-----------------|------|-----------|
|-----------------|------|-----------|

|  |                                      |  |
|--|--------------------------------------|--|
| I.- Marketing                              | Tema 1. Marketing y Mercado.         | El Marketing. Elementos. Etapas. Análisis DAFO. El Mercado.  |
|  | Tema 2. El Marketing Mix             | Producto, Precio, Distribución, Comunicación.  |
| II.- La comunicación. Estrategias. Medios. | Tema 3. Comunicación y Publicidad    | Desarrollo del Plan de Comunicación. La Publicidad. Promoción de Ventas. Público Objetivo. Presupuesto. Briefing |
|  | Tema 4. Los Medios de Comunicación   | Las empresas de comunicación y publicidad. Medios Convencionales y Medios no Convencionales. Estrategias.        |
|  | Tema 5. Plan de Marketing. Auditoría | El plan de marketing. Evaluación del plan. Auditoría. La Imagen de Marca.  |

#### 8. Actividades obligatorias (evaluables):

|   |
|---|
| <b>Tipo de actividad:</b>   |
| Realización de un Plan de Marketing y Comunicación de Producto.   |
| Presentación escrita y defensa oral del Plan de Empresa.  |
| Participación en coloquios, mesas redondas en el aula y en colaboración con otros alumnos de otras especialidades de diseño (1 o 2) |
| Examen escrito sobre los contenidos de la asignatura  |

#### 9. Planificación temporal del trabajo del estudiante

|   | HORAS     |
|---|-----------|
| Clases teórico-prácticas (a)                                  | 28        |
| Otras actividades formativas (a) (jornadas, seminarios,...)   | 8         |
| Preparación del estudiante para clases teórico- prácticas (b) | 24        |
| <b>Total de horas de trabajo del estudiante (a+b)</b>         | <b>60</b> |

#### 10. Metodología

El desarrollo de la asignatura se estructura en 2 sesiones semanales de 2 horas de duración.

La metodología de trabajo se clasifica de la siguiente forma:

1. Aprendizaje en grupo con el profesor, los modelos utilizados serán la lección magistral, en las clases teóricas (clase expositiva empleando el método de la lección y resolución de dudas planteadas por el estudiante), y el modelo participativo, en las clases prácticas (análisis, comentario de ejercicios o tema planteado por el profesor, textos, trabajos individuales o en grupo, presentación de trabajos, debate).
2. Estudio individual, el modelo a aplicar es el investigador, de forma que la actividad del estudiante se centra en la investigación, documentación, análisis, manipulación, elaboración y retorno de la información. Lo realizará para la preparación de clases teóricas, prácticas, preparación de pruebas, realización de ejercicios, trabajos y lecturas propuestas.

Trabajo en grupo con los compañeros, con el objeto de fomentar las relaciones personales, compartir problemas y soluciones en equipo

## 11. Evaluación y calificación

### 11.1. Instrumentos de evaluación asociados a las metodologías docentes aplicadas

Prueba escrita: se realizará en 2 horas.

Prueba oral y presentación y defensa de trabajos: se valorará mediante la expresión oral, la comprensión de los contenidos en la asignatura, así como la capacidad de relacionar diversas materias y el conocimiento de problemas actuales. Se instrumentará mediante la defensa de un proyecto y ejercicios de trabajo personal, entrevista profesor-alumno, presentaciones grupales, debate entre alumnos, ...

Actividades de aprendizaje basado en problemas: se formulará ejercicios basados en supuestos prácticos, se realizarán generalmente de forma individual, la solución será realizada por escrito y entregada en el tiempo asignado.

Lecturas: supone el análisis, síntesis, reflexión y crítica de textos que los alumnos realizarán por escrito, generalmente.

Estudio y análisis de casos: supone, la reflexión y crítica de casos de gestión del diseño, basados en hechos y opiniones problemáticas, se establecerá un diálogo grupal. Los alumnos realizarán por escrito un informe o memoria que en alguna ocasión será presentado de forma pública al resto de los estudiantes.

Debates: intercambio de ideas acerca de un tema concreto, que previamente se ha planteado.

Trabajo de investigación, preferiblemente relacionado con la temática de su futuro trabajo de fin de estudios, y relacionado con los contenidos de la asignatura, con la intención de contextualizarlo en su gestión. Puede realizarse individualmente o en grupo reducido.

### 11.2. Criterios de evaluación

Valorar el contexto económico y empresarial donde el diseñador va a ejercitar su profesión.

Interpretar el valor del diseño en la estrategia empresarial y de comunicación.

Demostrar capacidad de análisis y organización en la ejecución de los ejercicios evaluables, así como la coherencia y uso del lenguaje verbal en las presentaciones de los trabajos y debates.

Conocer y ser capaz de aplicar los conceptos básicos y la terminología propia de la comunicación del diseño de producto, así como normas de buenas prácticas profesionales.

Puntualidad en la entrega de trabajos, presentación, organización, redacción, originalidad (plagio totalmente prohibido), capacidad de trabajo en equipo.

### 11.3. Criterios de calificación

El sistema establecido está basado en el marco europeo de educación superior en donde se determina que se ha de realizar bajo la Evaluación Continua.  
Aquellos alumnos que no cumplan el requisito del porcentaje mínimo de asistencia a clase, establecido en el 80% del total de clases, perderán la evaluación continua, pero en ningún caso el derecho a ser evaluados en la convocatoria ordinaria. El profesor convocará a los estudiantes que se encuentren en esta situación a una prueba que medirá los resultados del aprendizaje de la asignatura. En este supuesto no serán objeto de evaluación trabajos, ejercicios o tareas realizados fuera de dicha prueba.  
Se establecerá una puntuación numérica de 0 a 10 , pudiéndose utilizar un decimal . Estas calificaciones aparecerán en las actas.

#### 11.4. Ponderación de los instrumentos de evaluación para la evaluación continua

| Instrumentos de evaluación                         | Ponderación % |
|--|---------------|
| Prácticas  | 80%           |
| Asistencia a clase y participación activa          | 10%           |
| Pruebas orales, presentación y defensa de trabajos | 10%           |
| <b>Total ponderación</b>                           | <b>100%</b>   |

#### 11.5. Ponderación de los instrumentos de evaluación para la evaluación con pérdida de evaluación continua

Aquellos alumnos que no cumplan el requisito del porcentaje previsto de asistencia a clase, los criterios serán los siguientes:

| Instrumentos de evaluación | Ponderación % |
|----------------------------|---------------|
| Prueba Escrita (2 horas)   | 100%          |
| <b>Total ponderación</b>   | <b>100%</b>   |

#### 11.6. Ponderación de los instrumentos de evaluación para la evaluación extraordinaria

Para aquellos alumnos que no hayan superado la evaluación ordinaria. Todas las pruebas de evaluación deben realizarse de forma presencial en el periodo establecido.

| Instrumentos de evaluación | Ponderación % |
|----------------------------|---------------|
| Prueba Escrita (2 horas)   | 100%          |
| <b>Total ponderación</b>   | <b>100%</b>   |

#### 11.7. Ponderación de los instrumentos de evaluación de estudiantes con discapacidad

| Instrumentos de evaluación  | Ponderación % |
|---|---------------|
| Los profesores deberán realizar la correspondiente adaptación en función del tipo de discapacidad del alumno en cuestión. |               |

|                          |             |
|--------------------------|-------------|
| <b>Total ponderación</b> | <b>100%</b> |
|--------------------------|-------------|

## 12. Recursos y materiales didácticos

|   |
|---|
| <p>Bibliografía básica<br/>         Bibliografía complementaria<br/>         Recursos en red y otros recursos<br/>         Páginas webs de temática similar, de carácter docente o divulgativo, por ejemplo.<br/>         Foros relacionados con la temática de la asignatura.<br/>         Blogs relacionados con la temática de la asignatura.<br/>         Grupos industriales y/o empresariales en esa rama del conocimiento o relacionados con la asignatura.<br/>         Principales fabricantes de productos o equipos<br/>         Enlaces a videos.<br/>         Noticias relacionadas con la asignatura.<br/>         Videoconferencias, tutorías virtuales.<br/>         Revistas relacionadas con las materias sólo disponibles en la biblioteca del departamento.<br/>         Películas y Documentales</p> |
|---|

### 12.1. Bibliografía general

|           |  |
|-----------|--|
| Título    | <b><i>Diseño y Comunicación Visual. Contribución a una metodología didáctica.</i></b>                    |
| Autor     | MUNARI, Bruno  |
| Editorial | Gustavo Gili, 1996   |
| Título    | <b><i>Principios de Publicidad. El proceso creativo, campañas, medios, ideas y dirección de arte</i></b> |
| Autor     | BURTWNSHAW Ken; MAHON, Nik   |
| Editorial | Gustavo Gili, 2009   |
| Título    | <b><i>Manual de Marketing</i></b>  |
| Autor     | García Sánchez, M <sup>a</sup> Dolores   |
| Editorial | ESIC, 2008   |
| Título    | <b>Organización Empresarial para Diseñadores</b>   |
| Autor     | Angelina Gallego Villegas  |
| Editorial | Tecnolibro, 2016   |

### 12.2. Bibliografía complementaria

|           |   |
|-----------|---|
| Título    | <b><i>El lenguaje de las cosas.</i></b>   |
| Autor     | SUDJIC, Deyan   |
| Editorial | Turner  |
| Título    | <b><i>El diseño emocional: ¿por qué nos gustan o no los objetos cotidianos? .</i></b> |
| Autor     | NORMAN, Donald  |
| Editorial | Paidós, 2005  |

### 12.3. Direcciones web de interés

|             |   |
|-------------|---|
| Dirección 1 | <a href="http://www.ted.com/">http://www.ted.com/</a>           |
| Dirección 2 | <a href="http://www.ideo.com/">http://www.ideo.com/</a>         |
| Dirección 3 | <a href="http://mitpress.mit.edu/">http://mitpress.mit.edu/</a> |

### 12.4. Otros materiales y recursos didácticos

|  |
|--|
| Aula virtual de la ESDM, Correo Electrónico.         |
| Apuntes tomados por el alumno                        |
| Tecnologías del aula, ordenador, proyector, Internet |
| Documentales, Películas...                           |
| Revistas especializadas                              |

### 13. Profesorado

|   |   |
|---|---|
| Nombre y apellidos  | Gallego Villegas , Angelina   |
| Horario de atención a alumnos (si procede)                                  | Se acordara previamente con el alumno   |
| Correo electrónico  | <a href="mailto:agallego@esdmadrid.es">agallego@esdmadrid.es</a>  |
| Departamento  | Lenguajes artísticos, cultura y gestión del diseño.   |
| Categoría   | Profesor titular  |
| Titulación Académica  | Licenciada en Derecho   |
| Experiencia docente/profesional/investigadora relacionada con la asignatura | <p>Desde el ingreso en el cuerpo en 1982 hasta el día de hoy y anteriormente como interina y contratada ha impartido todas las asignaturas relacionadas con la especialidad de la asignatura. Impartiendo docencia en estos años en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Escuela de la Palma, Escuela de Moda ,Escuela de Diseño de Interiores ,Escuela de Diseño Gráfico, Escuela 12 y Escuela de Cerámica. Ha impartido Titulaciones de Ciclos y de Estudios Superiores.</li> </ul> <p>Actualmente y desde el año de su creación es profesora titular de las asignaturas que componen Gestión de Diseño en la ESD.</p> <p>Desde terminación de la carrera en 1978 ha impartido las siguientes asignaturas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Derecho usual y nociones de contabilidad comercial</li> <li>• FOL</li> </ul> |



- Organización Industrial y Legislación
- Organización Industrial y Legislación aplicada al Diseño de Moda
- Marketing
- Economía y Gestión de Empresas
- Sociología
- Organización Empresarial
- Protección del Diseño
- Marketing de Moda
- Gestión de Empresas de Moda

Profesora del Master en Enseñanzas Artísticas en Diseño de Espacios Comerciales/ MA in Retail Design e/s/d :  
Diseño Estratégico y Modelos de Negocio

Además ha sido Coordinadora del Plan Experimental y de los Proyectos Atenea Mercurio del MEC para la implantación de nuevas tecnologías.

Entre otras actividades realizadas se destacan:

- Cámara de Comercio española en Ecuador
- Vicepresidenta del Instituto de Cultura Hispánica
- Presidenta Asociación de damas Españolas en Ecuador
- Presidenta Fundación Fudis , Ayuda e Integración discapacitados, etc...
- 18 exposiciones internacionales individuales de Pintura
- Representante de España en Aniversario Quito Patrimonio Humanidad Unesco
- Organización de Conciertos en el Teatro Real y Auditorio Nacional, entre otros el Homenaje despedida de Jesús López Cobos ...
- Secretaria General ADAMUN
- ( Organización de conciertos en Teatro Real y colegios mayores ...)
- Coordinadora ejecutiva del Proyecto "Nuevos Talentos Hispánicos" .
- Publicación de cuentos ISBN
- Publicación de memoria D ° usual
- Equipo relaciones institucionales y empresas de la ESD
- Etc.

Autora del libro Organización Empresarial para diseñadores, 2014.

Marketing de Moda y Gestión de Empresas de Moda que implica un Proyecto de Jóvenes Emprendedores de Diseño.

Proyecto de Jóvenes Emprendedores de Diseño

Proyecto Solidario en Colores de Calcuta con la participación de los alumnos de las cuatro especialidades de Diseño de la ESD.

Coordinadora de Especialidad: Diseño de Moda.

Organizadora de las pasarelas y PDF : Matadero 2015.

Y Matadero 2017

Organizadora del Concept Fashion Show: Escuela Superior de Diseño 2016/

Escuela Superior de Diseño 2017.

Exposición Museo del traje. Junio 2017. Diseño Emergente.

|  |  |
|--|--|
|  |  |
|--|--|

|   |   |
|---|---|
| Nombre y apellidos  | Juan Viedma Fernández   |
| Horario de atención a alumnos (si procede)                                  | Se acordará previamente con el alumno   |
| Correo electrónico  | <a href="mailto:jviedma@esdmadrid.es">jviedma@esdmadrid.es</a>  |
| Departamento  | Cultura y Gestión del diseño  |
| Categoría   | Profesor  |
| Titulación Académica  | Licenciado en Derecho   |
| Experiencia docente/profesional/investigadora relacionada con la asignatura | <p><b>Otras Titulaciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diploma en Derecho Financiero y Tributario por la Universidad Complutense de Madrid.</li> <li>- Diploma en Práctica de Procedimientos Jurídicos, por la Universidad San Pablo-CEU.</li> <li>- Máster en Prevención de Riesgos Laborales, por la Universidad Camilo J.C.</li> </ul> <p><b>Profesor de Organización Industrial y Legislación, FOL, Prácticas Administrativas y Comerciales y Administración de Empresas;</b> desempeñando estas funciones e impartiendo las correspondientes materias en diversos centros, como la ESDM, EE.AA, Institutos de Enseñanza Secundaria, CEPA PUB, así como impartición de los módulos de la especialidad en el PCPI.</p> <p><b>Profesor de FP para el Empleo (antes profesor de FP ocupacional/FP continua).</b> Impartiendo cursos para entidades oficiales y organizaciones empresariales. Confección y desarrollo de Manuales. Desarrollo de un proyecto sobre "Iniciativa Emprendedora para Pequeñas y Medianas Empresas", para la Comunidad de Madrid.</p> <p><b>Las principales materias</b> impartidas como profesor, están relacionadas con la:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contabilidad y Fiscalidad empresarial.</li> <li>- Creación de Empresas.</li> <li>- Relaciones Laborales y RR. HH.</li> <li>- Gestión Administrativa y Comercial de Empresas.</li> <li>- Economía.</li> <li>- Marketing y Publicidad.</li> <li>- Prevención de Riesgos laborales.</li> <li>- Propiedad Industrial y Propiedad Intelectual.</li> <li>- Comercio Exterior.</li> <li>- Técnicas de inserción profesional.</li> <li>- Técnicas de dirección y liderazgo</li> <li>- Archivo y Documentación.</li> <li>- Legislación.</li> </ul> <p><b>Técnico de Gestión Administrativa en Hospital Público</b></p> |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>de la Comunidad de Madrid (3 años).</p> <p><b>Colaboración</b> con Asesoría Laboral-Fiscal-Contable.</p> |
|--|---|

#### 14. Información sobre la asignatura en cursos anteriores

|   |
|---|
| <p>Bastante aceptación por parte del alumnado.<br/>Muchísimo interés a la hora de elaborar un Plan de Marketing de Diseño de Producto.<br/>Reconocimiento de la importancia de la comunicación y el marketing para su vida profesional.</p> |
|---|

### 15. Cronograma **Semanas 1 a 9**

ASIGNATURA: Comunicaciones y Recursos

CURSO: 4º 2016/2017

SEMESTRE: 1º

ESPECIALIDAD: Diseño de Producto

PROFESOR: Angelina Gallego Villegas

| SEMANA       | 1 | 2  | 3 | 4 | 5 | 6 | 7                          | 8 | 9 |  |
|--------------|---|--|---|---|---|---|----------------------------|---|---|--|
| BLOQUE       |   | <b>I.- Marketing</b>   |   |   |   |   |                            |   |   |  |
| TEMA         |   | <b>1. Marketing y Mercado.</b>   |   |   |   |   | <b>2. El Marketing Mix</b> |   |   |  |
| ACTIVIDAD    |   | <b>Actividades de aprendizaje basado en problemas, estudio y análisis de caso, lecturas, debates, prueba oral y presentación y defensa de trabajos</b> |   |   |   |   |                            |   |   |  |
| METODOLOGÍA  |   | <b>Aprendizaje en grupo: lección magistral y modelo participativo. Estudio individual del alumno</b>   |   |   |   |   |                            |   |   |  |
| COMPETENCIAS |   | 2CT, 3CT, 4CT, 6CT, 7CT, 8CT, 1CG, 3CG, 5CG, 6CG, 9CG, 10CG, 11CG, 12CG, 16CG, 3CEP, 4CEP, 11CEP, 13CEP, 15CEP   |   |   |   |   |                            |   |   |  |

### Cronograma **Semanas 10 a 18**

ASIGNATURA: Comunicaciones y Recursos

CURSO: 4º

SEMESTRE: 1º

ESPECIALIDAD: Diseño de Producto

PROFESORA: Angelina Gallego Villegas

| SEMANA       | 10  | 11 | 12                                   | 13 | 14                                     | 15 | 16                                     | 17                                 | 18                               |  |
|--------------|---|----|--------------------------------------|----|--|----|--|------------------------------------|----------------------------------|--|
| BLOQUE       | <b>PDF II. La comunicación. Estrategias. Medios</b>   |    |                                      |    |  |    |  | I y II                             | <b>Evaluación Extraordinaria</b> |  |
| TEMA         | <b>3. Comunicación y Publicidad</b>   |    | <b>4. Los Medios de Comunicación</b> |    | <b>5. Plan de Marketing. Auditoría</b> |    | <b>Entrega y presentación proyecto</b> | Prueba escrita evaluación continua |                                  |  |
| ACTIVIDAD    | <b>Estudio y análisis de caso, lecturas, debates, prueba oral y presentación y defensa de trabajos</b>                                    |    |                                      |    |  |    |  |                                    |                                  | Evaluación Ordinaria Alumnos sin evaluación continua |
| METODOLOGÍA  | <b>Aprendizaje en grupo: lección magistral y modelo participativo. Estudio individual del alumno. Trabajo en grupo con los compañeros</b> |    |                                      |    |  |    |  |                                    |                                  |  |
| COMPETENCIAS | 2CT, 3CT, 4CT, 6CT, 7CT, 8CT, 1CG, 3CG, 5CG, 6CG, 9CG, 10CG, 11CG, 12CG, 16CG, 3CEP, 4CEP, 11CEP, 13CEP, 15CEP                            |    |                                      |    |  |    |  |                                    |                                  |  |

**Los contenidos del Temario de la Asignatura y el Cronograma, pueden ser modificados por el profesor, siempre y cuando respete los contenidos mínimos establecidos en el Decreto 34/2011 de 2 de junio, del BOCM, por el que se establece el Plan de Estudios para la Comunidad de Madrid de las Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño.**