

## GUÍA DOCENTE ENSEÑANZAS ARTÍSTICAS SUPERIORES DE DISEÑO

ESPECIALIDAD DISEÑO		Enseñanzas Superiores de Diseño Gráfico			
CURSO		3ºEASD // Diseño Gráfico			
ASIGNATURA		Diseño y Redes Sociales			
PROFESOR/A		José Antonio Arreza Pérez			
DPTO.	Dpto. Coordinación de las EASD Gráfico				
TIPO	Optativa		CARÁCTER	Teórico-práctica	
DURACIÓN	Semestral	HORAS SEMANALES	4	CRÉDITOS ECTS	4
HORAS TOTALES	100	HORAS PRESENCIALES	70	HORAS TRABAJO AUTÓNOMO	30

### DESCRIPCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN EN EL MARCO DE LA ASIGNATURA

Esta guía docente incluye todos los apartados especificados en el artículo 10 del Decreto 91/2023 del 18 de abril, por el que se crean las Escuelas de Arte y Superiores de Diseño dependientes de la Consejería competente en materia de educación en la Comunidad Autónoma de Andalucía y se aprueba el Reglamento Orgánico de las mismas.

La siguiente guía docente se ha realizado atendiendo al siguiente marco legislativo:

- Real Decreto 1614/2009, de 26 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas artísticas superiores reguladas por la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.
- Real Decreto 633/2010, de 14 de mayo, por el que se regula el contenido básico de las enseñanzas artísticas superiores de Grado de Diseño establecidas en la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.
- Decreto 111/2014, de 8 de julio, por el que se establecen las enseñanzas artísticas superiores de diseño en Andalucía.
- Orden de 19 de octubre de 2020, por la que se establece la ordenación de la evaluación del proceso de aprendizaje del alumnado de las enseñanzas artísticas superiores y se regula el sistema de reconocimiento y transferencia de créditos de estas enseñanzas.

En la actualidad, las redes sociales forman parte de la vida diaria de millones de personas y, por ello, pueden convertirse en un canal de comunicación altamente efectivo. Usar el diseño gráfico para crear diseños comunicativos y atractivos puede ser el mayor gancho para que un usuario comience a seguir la página de una empresa, convirtiéndose en un cliente potencial.

Las redes sociales son un ecosistema donde el uso de imágenes y video es constante. Sin embargo, debido a la velocidad con que se suceden los cambios en este campo de la comunicación, resulta difícil adaptarse al mismo. Pero, además, debe adaptarse el diseño a las particularidades de cada red

social, su lenguaje y su target con el objetivo de adaptarse correctamente a cada una de ellas.

En el marco de las enseñanzas de Grado de Diseño Gráfico, el diseño gráfico enfocado a la creación de contenido para redes sociales constituye un pilar fundamental para el desarrollo del sector profesional de marcas y la adaptación de su lenguaje, identidad y lenguaje a las comunicación.

La asignatura de "Diseño y Redes Sociales" supone por tanto una experiencia clave en la conformación del perfil de la titulación, pues proporciona al alumnado uno de los saberes (saber y saber hacer) indispensables para el ejercicio de su futura profesión en el ámbito digital.

Además, esta materia tiene fuertes conexiones con otras del ámbito del diseño corporativo, el diseño de campañas, la creación de contenidos multimedia, la expresión oral y escrita o la adaptación de imagen gráfica a diferentes soportes.

## OBJETIVOS

1. Conocer cómo funcionan las redes sociales, las tipologías y el trabajo del Community Manager.
2. Conocer el manejo básico de las redes sociales y las posibilidades que ofrece para las empresas y la publicidad.
3. Dominar el uso de las herramientas de Social Media.
4. Conocer y aplicar las estrategias para dinamizar comunidades alrededor de una empresa, marca o campaña.
5. Desarrollar habilidades para ejercer de nexo de unión entre las posibilidades de una empresa y las necesidades de los miembros de su comunidad.
6. Ser capaces de desarrollar una estrategia de comunicación adecuada en las principales redes sociales, apoyada en el público objetivo al que se dirige.
7. Valorar el importante papel del diseño gráfico como herramienta generadora de contenido.
8. Aprender a generar contenido visual adaptado para las diferentes redes sociales.
9. Crear materiales que ayuden a comunicar mensajes de manera eficiente a través de redes sociales..

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. Manejar las diferentes redes sociales y sus posibilidades de cara al sector empresarial.
2. Saber utilizar con destreza las herramientas de Social Media.
3. Analizar el público objetivo y seleccionar en base a dicho análisis la red o redes sociales más útiles para dirigirse al mismo, así como acondicionar los mensajes gráficos a dichos público y redes.
4. Implementar estrategias que sirvan para dinamizar comunidades alrededor de sus marcas.
5. Ejercer de nexo entre las posibilidades de una empresa y su comunidad.
6. Definir estrategias de comunicación para las diferentes redes sociales basadas en metodologías propias del diseño.
7. Respetar el papel fundamental del diseño gráfico como herramienta para generar contenido gráfico y audiovisual..
8. Generar contenido visual y/o audiovisual adaptado a las diferentes redes sociales.
9. Crear materiales que ayuden a comunicar mensajes de manera eficiente.
10. Organizar y generar una campaña publicitaria adaptada al entorno de las redes sociales.

## COMPETENCIAS

### COMPETENCIAS TRANSVERSALES

CT01. Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora.  
CT02. Recoger información significativa, analizarla, sintetizarla y gestionarla adecuadamente.  
CT03. Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza.  
CT04. Utilizar eficientemente las tecnologías de la información y la comunicación.  
CT06. Realizar autocrítica hacia el propio desempeño profesional e interpersonal.  
CT07. Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo.  
CT12. Adaptarse, en condiciones de competitividad a los cambios culturales, sociales y artísticos y a los avances que se producen en el ámbito profesional y seleccionar los cauces adecuados de formación continuada.  
CT13. Buscar la excelencia y la calidad en su actividad profesional.  
CT14. Dominar la metodología de investigación en la generación de proyectos, ideas y soluciones viables.  
CT15. Trabajar de forma autónoma y valorar la importancia de la iniciativa y el espíritu emprendedor en el ejercicio profesional.

### COMPETENCIAS GENERALES

CG01. Concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionamientos técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos.  
CT02. Dominar los lenguajes y los recursos expresivos de la representación y la comunicación.  
CT03. Establecer relaciones entre el lenguaje formal, el lenguaje simbólico y la funcionalidad específica.  
CT05. Actuar como mediadores entre la tecnología y el arte, las ideas y los fines, la cultura y el comercio.  
CT10. Ser capaces de adaptarse a los cambios y a la evolución tecnológica industrial.  
CT13. Conocer el contexto económico, social y cultural en que tiene lugar el diseño.  
CT15. Conocer procesos y materiales y coordinar la propia intervención con otros profesionales, según las secuencias y grados de compatibilidad.  
CT18. Optimizar la utilización de los recursos necesarios para alcanzar los objetivos previstos.  
CT20. Comprender el comportamiento de los elementos que intervienen en el proceso comunicativo, dominar los recursos tecnológicos de la comunicación y valorar su influencia en los procesos y productos del diseño.  
CT21. Dominar la metodología de investigación.  
CT22. Analizar, evaluar y verificar la viabilidad productiva de los proyectos, desde criterios de innovación formal, gestión empresarial y demandas de mercado.

### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE01. Generar, desarrollar y materializar ideas, conceptos e imágenes para programas comunicativos complejos.  
CE02. Dominar los recursos formales de la expresión y la comunicación visual.  
CE03. Comprender y utilizar la capacidad de significación del lenguaje gráfico.  
CE04. Dominar los procedimientos de creación de códigos comunicativos.  
CE06. Interrelacionar los lenguajes formal y simbólico con la funcionalidad específica.  
CE08. Conocer los canales que sirven de soporte a la comunicación visual y utilizarlos conforme a los objetivos comunicacionales del proyecto.  
CE09. Analizar el comportamiento de los receptores del proceso comunicacional en función de los objetivos del proyecto.

CE10. Aplicar métodos de verificación de la eficacia comunicativa.  
CE11. Dominar los recursos tecnológicos de la comunicación visual.  
CE12. Dominar la tecnología digital para el tratamiento de imágenes, textos y sonidos.  
CE15. Reflexionar sobre la influencia social positiva del diseño, valorar 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.

## CONTENIDOS Y CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA

Unidades didácticas	Semanas
<b>UD01. El ecosistema digital.</b> Evaluación inicial: diseño de feed básico de instagram. Redes sociales: qué son, tipologías y funcionamiento. Community Management y Social Media Management. Tipologías de Community Manager. Funciones del CM. Principales redes sociales y targets específicos.	3
<b>UD02. Estrategias de comunicación en redes.</b> Plan de Medios sociales. Análisis de las necesidades. Target en redes sociales: definición, segmentación, publicidad. Análisis de la competencia. Selección de redes sociales. Voz del cliente y cambios de voz según redes y target. Protocolos de gestión, prevención de crisis y reputación online. Plataformas. Definición de objetivos. Proyecto: "Diseño de estrategia de comunicación en redes aplicado a la empresa".	6
<b>UD03. Diseño de productos gráficos y audiovisuales para redes.</b> La imagen corporativa aplicada a redes. Fotografía, video y memes. Content Marketing. Diseño de imágenes y videos para redes: calendarización y Content Curation. Características técnicas y especificidades de cada red. El mensaje en redes. El feed y la publicación. Perchas informativas y fechas clave. Análisis de tendencias actuales. Proyecto: "Uso de redes para fines alternativos".	3
<b>UD04. Diseño de campañas aplicadas a redes sociales.</b> Definición del marco: temporal, geográfico, de target y económico. Publicidad y sinergias. La campaña publicitaria en redes. Características específicas del diseño de campaña en redes. Métricas, herramientas y análisis de datos. Proyecto: "Lanzando una campaña en redes".	5

*Esta programación puede sufrir modificaciones a causa de las necesidades propias del alumnado y circunstancias externas a lo largo del curso.*

## METODOLOGÍA

### TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS

En el desarrollo de la asignatura se integran teoría y práctica a través del desarrollo activo de proyectos de gráfica del espacio desde una perspectiva profesional asimilables a proyectos reales. Se fomenta así la madurez y autonomía del alumnado para construir el conocimiento. La consecución de los objetivos específicos se logrará a través de la superación de las actividades prácticas asignadas en cada unidad didáctica. Se proporcionará al alumnado contacto con la realidad profesional, seguimiento continuo, coordinación de las actividades realizadas y una retroalimentación constante de su grado de aprendizaje en cuanto a las actitudes, procedimientos y contenidos conceptuales alcanzados.

- **Apoyo teórico.** Con la idea de apoyar el aprendizaje práctico que el alumnado desarrolle durante la realización de proyectos se apoyarán estos con clases expositivas donde se incluya material audiovisual, apoyo de las TICs, mayéutica y debates.
- **Aprendizaje por descubrimiento.** Con esta técnica pretendo que el alumnado construya sus propios aprendizajes. Basada en la observación sistemática y en la experimentación adquirirán la capacidad de aprender de forma autónoma.
- **Técnicas de dinámica de grupo.** Las Dinámicas de Grupo son técnicas de discusión verbal cuyo objetivo es debatir sobre un tema o resolver un problema de forma grupal, en un período limitado de tiempo y dentro de un ambiente de armonía y respeto.
- **Técnica de búsqueda de información.** Con ella favorecemos el análisis, la observación y la resolución de cuestiones de importancia para el discente, el cual utilizará la biblioteca o las nuevas tecnologías, entre otras, para tratar de dar solución a éstas.
- **Aprendizaje basado en proyectos (ABP).** El ABP responde a una larga tradición que cuenta con más de un siglo de historia y un buen número de autores y teorías pedagógicas detrás. Podríamos decir que el ABP es una de las formas que toma el aprendizaje activo (aprendizaje basado en problemas, en retos, en tareas), caracterizado por un aprendizaje significativo donde los estudiantes toman una mayor responsabilidad de su propio aprendizaje que aplican en proyectos reales. Los proyectos a realizar serán de tipo:
  - **Proyectos individuales.** Se realizarán proyectos de carácter individual para abordar problemáticas reales de la asignatura donde se ponga en práctica la reflexión, el desarrollo de metodologías de trabajo específicas de la asignatura y la traslación de los aprendizajes teóricos a la puesta en práctica de los mismos.
  - **Proyectos grupales.** En grupos de 3-4 personas desarrollarán proyectos más complejos con división de tareas y necesidad de trabajo colaborativo. Se realizará un seguimiento grupal y/o personalizado en que se revisarán y discutirán las soluciones presentadas por el alumnado a las problemáticas planteadas. Las tutorías se realizarán de forma presencial y durante el desarrollo de las clases, de ser posible.

### AGRUPAMIENTOS

Se realizarán proyectos individuales y en grupos de 3-4 personas. Dependerá de la complejidad y necesidades del proyecto.

<b>TIPO DE ACTIVIDADES</b>
Las actividades realizadas serán del tipo: <ul style="list-style-type: none"><li>a. Exposiciones orales del docente apoyadas en recursos audiovisuales.</li><li>b. Coordinación y documentación por parte del alumnado.</li><li>c. Proyectos basados en la metodología ABP, siguiendo la estructura de proyectos reales del área de trabajo en que nos encontramos.</li><li>d. Pruebas escritas individuales. Redacción de memorias proyectuales. Resolución de formularios.</li><li>e. Exposiciones orales, seminarios y charlas.</li><li>f. Actividades no presenciales: preparación de proyectos individuales y realización de actividades escritas de reflexión.</li></ul>

<b>EVALUACIÓN</b>
<b>CONSIDERACIONES GENERALES SOBRE LA EVALUACIÓN</b> Tal y como expresa el Decreto 111/2014, de 8 de julio, por el que se establecen las enseñanzas artísticas superiores de diseño en Andalucía:
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>
<b>Criterios de evaluación transversales</b>
T01. Demostrar capacidad para organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora, solucionando problemas y tomando decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza. T02. Demostrar capacidad para recoger, analizar y sintetizar información significativa y gestionarla adecuadamente. T03. Demostrar el uso eficiente de las tecnologías de la información y la comunicación. T05. Demostrar capacidad para la autocrítica hacia el propio desempeño profesional e interpersonal. T07. Demostrar capacidad razonada y crítica de ideas y argumentos. T10. Demostrar la aplicación, en la práctica laboral, de una ética profesional basada en la apreciación y sensibilidad estética, medioambiental y hacia la diversidad. T11. Demostrar capacidad para la adaptación, en condiciones de competitividad a los cambios culturales, sociales, artísticos y a los avances que se producen en el ámbito profesional y seleccionar los cauces adecuados de formación continuada. T12. Demostrar la calidad y la excelencia en su actividad profesional. T14. Demostrar capacidad para trabajar de forma autónoma, valorando la iniciativa y el espíritu emprendedor en el ejercicio profesional. T15. Demostrar capacidad en el uso de medios y recursos a su alcance con responsabilidad hacia el patrimonio cultural y medioambiental.
<b>Criterios de evaluación generales</b>
G01. Demostrar capacidad para concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionamientos técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos. G02. Demostrar dominio de los lenguajes y recursos expresivos de la representación y la comunicación.

G05. Demostrar capacidad para actuar como mediadores entre la tecnología y el arte, las ideas y los fines, la cultura y el comercio.  
G08. Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de investigación e innovación para resolver expectativas centradas en funciones, necesidades y materiales.  
G13. Demostrar capacidad para conocer el contexto económico, social y cultural en que tiene lugar el diseño.  
G15. Demostrar conocimiento de los procesos y materiales y coordinar la propia intervención con otros profesionales, según las secuencias y grados de compatibilidad.  
G18. Demostrar capacidad para optimizar la utilización de los recursos necesarios para alcanzar los objetivos previstos.  
G19. Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de investigación.  
G20. Demostrar capacidad para comprender el comportamiento de los elementos que intervienen en el proceso comunicativo, para dominar los recursos tecnológicos de la comunicación y para valorar su influencia en los procesos y productos del diseño.  
G21. Demostrar dominio de la metodología de investigación.  
G22. Demostrar capacidad para analizar, evaluar y verificar la viabilidad productiva de los proyectos, desde criterios de innovación formal, gestión empresarial y demandas de mercado.

#### Criterios de evaluación específicos

E01. Demostrar capacidad para generar, desarrollar y materializar ideas, conceptos e imágenes para programas comunicativos complejos.  
E02. Demostrar el dominio de los recursos formales de la expresión y la comunicación visual.  
E03. Demostrar capacidad para comprender y utilizar la capacidad de significación del lenguaje gráfico.  
E04. Demostrar el dominio de los procedimientos de creación de códigos comunicativos.  
E05. Demostrar capacidad para establecer estructuras organizativas de la información.  
E06. Demostrar el conocimiento necesario para interrelacionar los lenguajes formal y simbólico con la funcionalidad específica.  
E08. Demostrar conocimiento de los canales que sirven de soporte a la comunicación visual y utilizarlos conforme a los objetivos comunicacionales del proyecto.  
E09. Demostrar capacidad para analizar el comportamiento de los receptores del proceso comunicacional en función de los objetivos del proyecto.  
E13. Demostrar el conocimiento del contexto económico, social, cultural e histórico en el que se desarrolla el diseño gráfico.  
E14. Demostrar la comprensión del marco legal y reglamentario que regula la actividad profesional, la seguridad y salud laboral y la propiedad intelectual e industrial.  
E15. Demostrar capacidad para reflexionar sobre la influencia social positiva del diseño, valorar 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.

#### PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

##### PRINCIPIOS GENERALES

La evaluación de esta asignatura se concibe y practica atendiendo a los siguientes principios generales, atendiendo al **Decreto 111/2014, de 8 de julio** y a la **Orden de 19 de octubre de 2020**, por la que se establece la ordenación de la evaluación del proceso de aprendizaje del alumnado de las enseñanzas artísticas superiores:

- Atención individualizada a la evolución de cada alumno, así como a su situación inicial y particularidades.
- Evaluación cualitativa, en la medida en que se aprecian todos los aspectos que inciden en

cada situación particular y se evalúan de forma equilibrada los diversos niveles de desarrollo del alumnado, no sólo los de carácter cognitivo.

- Función orientadora de la evaluación, dado que aporta al alumno o alumna la información precisa para mejorar su aprendizaje y adquirir estrategias apropiadas.
- Carácter continuo de la evaluación, ya que atiende al aprendizaje como proceso, contrastando los diversos momentos o fases.

### Modalidades

- **Evaluación inicial.** Proporciona una primera fuente de información sobre los conocimientos previos y características personales, que permiten una atención a las diferencias y una metodología adecuada.
- **Evaluación formativa.** Concede importancia a la evolución a lo largo del proceso, confiando una visión de las dificultades y progresos de cada caso.
- **Evaluación sumativa.** Establece los resultados al término del proceso total de aprendizaje en cada período formativo y la consecución de los objetivos.

Asimismo, y de forma opcional, se introducen en esta programación elementos de autoevaluación y coevaluación que implican al alumnado en el proceso evaluador.

Para comprobar la adquisición de aquellas competencias que exigen la aplicación de conocimientos teóricos a la resolución de problemas concretos, los estudiantes realizarán trabajos o actividades de carácter grupal o individual, que se evaluarán a partir del perfil de competencias. Se tendrá en cuenta la documentación entregada por el estudiante (informes), así como las habilidades, destrezas y actitudes mostradas en el desarrollo del trabajo.

De forma general, tanto en las pruebas escritas, los proyectos realizados, como en las exposiciones que se realicen durante el curso, se tendrá en cuenta:

- si el/la estudiante domina los conceptos básicos de la asignatura;
- si es capaz de relacionarlos entre sí;
- si muestra capacidad de análisis y síntesis en el estudio de los diferentes documentos;
- si es capaz de trabajar en grupo aportando ideas con interés, rigor y originalidad.

### Procedimientos e instrumentos de evaluación

Los instrumentos de evaluación en la asignatura serán:

- I. Asistencia, participación, respeto, capacidad de trabajo en grupo, conocimientos teóricos.
  - A. Registro/observación del docente de asistencia y participación.
  - B. Participación en seminarios y actividades complementarias.
- II. Conocimientos teóricos
  - A. Pruebas escritas objetivas.
- III. Habilidades y conocimiento prácticos
  - A. Actividades.
  - B. Proyectos individuales y/o en grupo.
  - C. Prueba práctico-escrita (para el alumnado con pérdida de evaluación continua).
- IV. Evaluación de la práctica docente:
  - A. Diálogo continuado con el alumnado a lo largo del desarrollo del curso.
  - B. Formularios anónimos.
- V. Autoevaluación y coevaluación del alumnado:
  - A. Revisiones de los proyectos en grupo, llevadas a cabo en clase.



## CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

La evaluación del alumno se realizará de forma continua, teniendo en cuenta su evolución y comprensión de los contenidos, la calidad técnica y formal en la ejecución de los trabajos, la creatividad, la capacidad de análisis, la asistencia y actitud.

Se evaluarán los resultados obtenidos en el proceso de aprendizaje a partir de los resultados marcados y de las competencias seleccionadas. La evaluación será continua.

El docente llevará un seguimiento diario de las necesidades, inquietudes y conductas del alumnado para detectar dificultades y encontrar soluciones a las mismas. El alumno/a deberá comportarse en consecuencia y responder con empatía, rigor y respeto.

Cada trabajo y prueba teórica se considera aprobado cuando la nota sea igual o superior a 5. Los trabajos deberán entregarse en tiempo y forma que establezca el docente. La no entrega del trabajo en fecha (sin justificación oficial) o la evaluación negativa del mismo, supondrá el tener que recuperarlo solo en caso de que el docente lo considere necesario, no pudiendo obtener en tal caso la misma calificación que si lo hubiera entregado en la fecha y hora establecida.

La calificación de los proyectos y pruebas teóricas supondrá el 80% de la nota, que se calificará de la siguiente manera:

- a. **Actividades de clase:** 25%
- b. **Proyectos y/o actividades de desarrollo:** 60%
- c. **Pruebas específicas (si las hubiera o en su defecto, dicho porcentaje se sumaría al que concretara el docente):** 15%

Será obligatoria la presentación de todas las aplicaciones proyectuales requeridas para aprobar la asignatura. La entrega de las producciones dentro de los plazos indicados será determinante en la evaluación y calificación de cada una de las partes.

La asistencia a clase es indispensable para el seguimiento de la asignatura.

### **CALIFICACIÓN DE LOS DIFERENTES EJERCICIOS**

Los diferentes ejercicios y proyectos serán evaluados haciendo uso de rúbricas comunicadas al alumnado al inicio de cada actividad.

## CRITERIOS DE RECUPERACIÓN (convocatoria extraordinaria)

Al alumnado con evaluación negativa, se le dará un informe personalizado sobre los objetivos y contenidos no alcanzados y un plan de actividades de recuperación. En este sentido, se tendrán en cuenta los contenidos actitudinales adquiridos en el período anterior a la recuperación.

Los alumnos a los que no se les pueda realizar la evaluación continua serán evaluados en la convocatoria extraordinaria, teniendo que presentar todas las actividades y proyectos realizados en clase además de realizar una prueba específica.

### **EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA**

La evaluación extraordinaria se llevará a cabo a través de dos fuentes. La calificación se obtendrá a partir de los porcentajes indicados:

- Actividades de clase: 50 %
- Prueba específica teórico-práctica: 50 %

### ALUMNADO CON PÉRDIDA DE EVALUACIÓN CONTINUA

Para el alumnado que pierda evaluación continua se realizará una prueba teórico-práctica de los contenidos trabajados durante el curso. Para tener derecho a la realización de dicha prueba, el alumnado afectado deberá presentar previamente la totalidad de los proyectos realizados durante el curso, quedando la calificación determinada de la siguiente forma:

- Actividades de clase: 50 %
- Prueba específica teórico-práctica: 50 %

### ORGANIZACIÓN DEL AULA, RECURSOS Y MATERIALES

Se trabajará en el aula organizando esta al modo de taller/estudio de diseño.

Material que aporta el centro:

- Presentaciones didácticas.
- Documentación audiovisual.
- Ordenadores con software apropiado para la asignatura.
- Acceso a internet.
- Plataforma digital.
- Tablet de dibujo.
- Lápiz digital.
- Proyector.
- Pantalla de proyección.
- Altavoces.
- Cámara fotográfica y cámara de vídeo digital para su uso en el aula.
- Grabadora de audio.
- Micrófono externo.
- Trípodes, slider y otros soportes para cámara.
- Flashes, focos de luz continua y reflectores.

Material que debe aportar el alumno:

- Opcional: ordenador con software específico.
- Herramientas de dibujo: rotuladores, lápices de diferentes durezas, bolígrafos, compás y reglas.
- Móviles con acceso a internet.
- Cuentas específicas creadas ad-hoc en las principales redes sociales.

### ATENCIÓN AL ALUMNADO CON NECESIDADES ESPECÍFICAS

Teniendo presente la **Ley 17/2007, de 10 de diciembre** de Educación de Andalucía, donde en el artículo 5 se garantiza la igualdad entre todos los discentes aunque puedan presentar dificultades tanto en su acceso como en su permanencia dentro del sistema educativo en nuestra comunidad autónoma; a los **artículos 22, 23 y 24 del Decreto 147/2002, de 14 de mayo**, por los que se establecen las medidas de apoyo a alumnos y alumnas con necesidades educativas especiales en enseñanzas postobligatorias; al **capítulo V**, disposición adicional única, Atención al alumnado con necesidad específica de apoyo educativo, del **Decreto 604/2019, de 3 de diciembre**, por el que se establecen las Enseñanzas Artísticas superiores de Artes Plásticas en la Comunidad Autónoma de Andalucía, la Consejería competente en materia de educación adoptará las medidas oportunas para la

adaptación del plan de estudios a las necesidades del alumnado con necesidad específica de apoyo educativo, fomentará la equidad e inclusión educativa en las enseñanzas artísticas superiores de artes plásticas mediante la aplicación de las medidas necesarias para la adecuada atención del alumnado con necesidad específica de apoyo educativo, la igualdad de oportunidades, las condiciones de accesibilidad y diseño universal y la no discriminación por razón de discapacidad; y al amparo de la **Orden del 25/07/2008**, dentro del marco general del **Real Decreto 1/2013, de 29 de noviembre** y junto al **punto 7.1. Atención educativa ordinaria de las Instrucciones del 8 de marzo del 2017**, se atiende a la diversidad con un conjunto de actuaciones dirigidas a dar respuesta a las dificultades que presenten nuestros discentes, tales como pueden ser las actividades de refuerzo o de ampliación mencionadas en epígrafes anteriores.

Por tanto, las adaptaciones que se aplicarán serán metodológicas. También se harán adaptaciones sobre contenidos en el caso que un equipo de especialistas lo determine.

Atendiendo a la necesidad de prevenir problemas derivados de la diversidad y peculiaridades culturales, sociales, económicas, personales y físicas de nuestro alumnado, a la necesidad de prever las adaptaciones metodológicas pertinentes en nuestra aula y a la necesidad de comentarlas en las reuniones de departamento, se hace imprescindible el realizar un ejercicio de evaluación inicial que se llevará a cabo a principios de curso. Esta prueba medirá no sólo sus conocimientos previos sino también su capacidad de expresión oral y escrita, además de crítica.

Para llevar a cabo un proceso de enseñanza-aprendizaje en la medida de lo posible personalizado, se plantearán distintos tipos de actividades en cada unidad didáctica. De manera que se enunciarán unos ejercicios comunes a toda la clase, y para aquel alumnado que presente dificultades en el aprendizaje (por discapacidad psíquica, sensorial u otros motivos que no le permitan alcanzar los objetivos propuestos) se le propondrá además otra serie de ejercicios de refuerzo. A estas tareas las denominaremos actividades de refuerzo y con ellas se perseguirá la consecución de los objetivos básicos o fundamentales de cada unidad didáctica.

### ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

Junto con los proyectos desarrollados a lo largo del curso, se promoverá la asistencia a talleres, eventos o masterclass que puedan surgir y que se adecúen a la planificación realizada.

Éstas pueden ser visitas a empresas, exposiciones y museos que puedan ser de interés. Invitar a profesionales específicos de las áreas tratadas en la asignatura para realizar clases magistrales, talleres o coloquio en aula. Participación en las jornadas "Telmo Dice" y "Moments" que se realizan en la escuela. Participación en concursos de interés para la asignatura.

### ACTIVIDADES EXTRAESCOLARES

Para el presente curso se plantea el diseño de una masterclass y workshop específicos del ámbito para su integración en el marco de las jornadas "Telmo Dice" organizadas por la escuela.

Podrían realizarse otras actividades extraescolares no previstas de forma inicial en esta programación pero que fuesen de interés o apoyo a las clases y exposiciones realizadas en clase.

## BIBLIOGRAFÍA

- Barry, P. (2016). *The Advertising Concept Book*, (3ª ed). Londres, Thames & Hudson.
- Bierut, M. (2021). *How to use graphic design to sell things, explain things, make things look better, make people laugh, make people cry and (Every once in a while) Change the world*, (1ª edición). Londres, Thames & Hudson.
- García, M. (1995). *Las claves de la publicidad*, (8ª Ed.). Madrid, ESIC.
- Jardí, E. (2015). *Pensar con imágenes*, (1ª edición). Barcelona, Gustavo Gili.
- Lamarre, G. (2019). *Storytelling como estrategia de comunicación Herramientas narrativas para comunicadores, creativos y emprendedores*, (1ª edición, 2ª tirada). Barcelona, Gustavo Gili.
- Lupton, E., Kafai, F., Tobias, J., Halstead, J.A., Sales, K., Xia, L. y Vergara, V. (2023). *Extra bold: Un manual feminista inclusivo antirracista y no binario para el diseño gráfico*, (1ª edición). Barcelona, Gustavo Gili.
- Marciá, F. y Santonja, M. (2016). *Marketing en redes sociales*, (1ª edición), Madrid, Anaya Multimedia.
- Marín Álvarez, R. (2021). *Trucos infalibles para pulir textos: Diccionario de buenos usos para comunicar por escrito*, (1ª edición). Barcelona, Gustavo Gili.
- Mejía Llano, J.C. (2015). *La guía avanzada del Community Manager*, (1ª edición). -, Anaya multimedia.
- Kawasaki, G. y Fitzpatrick, P. (2016). *El arte del Social Media: Consejos prácticos para una estrategia de éxito*. (1ª edición), -, Anaya multimedia.
- Kolenda, N. (2013). *Methods of Persuasion: How to Use Psychology to Influence Human Behavior*, (1ª edición), -, Kolenda Entertainment.
- Lázaro, M. (2019). *Community manager: La guía definitiva*, (2ª ed.). Madrid, Anaya Multimedia.
- Rojas, P. y Redondo, M. (2013). *Cómo monetizar las redes sociales*, (1ª edición). España, Lid.
- Vilajoana, S. (Coord.), Jiménez, M., González, Z. y Vila, J. (2014). *¿Cómo diseñar una campaña de publicidad?*, (1ª edición). Barcelona, UOC.
- Visocky O'Grady, J. y Visocky O'Grady, K. (2021). *Manual de investigación para diseñadores: Conozca a los clientes y comprenda lo que necesitan realmente para diseñar con eficacia*, (2ª edición). Barcelona, Blume.