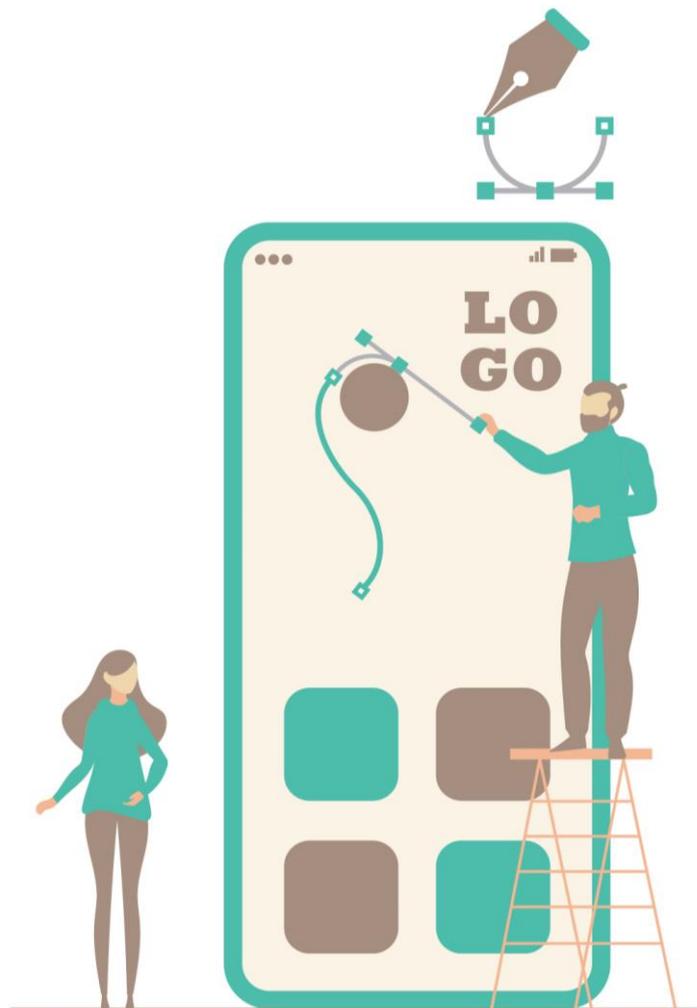




UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

Máster Profesorado en Enseñanza Secundaria
Obligatoria, Bachillerato, Formación
Profesional y Enseñanza de Idiomas



Identidad Visual Corporativa

Peláez Beato, Rocío
Dibujo, Imagen y Artes Plásticas
2019/2020



UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

Máster Profesorado en Enseñanza Secundaria
Obligatoria, Bachillerato, Formación
Profesional y Enseñanza de Idiomas

El alumno/a **Rocío Peláez Beato** con D.N.I. ----- informa que ha realizado esta memoria y que constituye una aportación original de su autor.

Y para que así conste, se firma el presente informe en Córdoba, a 4 de septiembre de 2020.

Fdo.

Autor/a del Trabajo Fin de Máster

Índice.

La función docente.	1
1.1. Introducción.....	1
1.2. El alumnado de Secundaria y Bachillerato.....	1
1.3. El alumnado en las Enseñanzas Artísticas Profesionales de Artes Plásticas y Diseño (Enseñanzas de Régimen Especial).....	3
1.4. Análisis de las competencias profesionales de los docentes.	4
1.4.1. El Profesorado de Secundaria y Bachillerato.	5
1.4.2. El Profesorado de CFGS de Artes Plásticas y Diseño.	5
1.5. Otros roles profesionales de los docentes: acción tutorial, atención a la diversidad y relaciones del profesorado con alumnado y familias.	6
1.5.1. Acción tutorial.....	6
1.5.2. Atención a la diversidad.....	6
1.5.3. Relación con el alumnado y las familias. El POAT.....	7
2. Diseño del currículum y planificación de la actividad docente.	9
2.1. Introducción.....	9
2.1.1. Currículo. Conceptualización.....	9
2.1.2. Currículo. Elementos. Fundamentación.	10
2.2. Fundamentos legales.	10
2.3. Niveles de concreción curricular.....	13
2.4. Contexto del centro. La Escuela de Arte Mateo Inurria de Córdoba.	14
2.4.1. Características del centro.	14
2.4.2. Historia del centro, ubicación y contexto actual.	14
2.4.3. Contexto social, económico y cultural.	16
2.4.4. Análisis del perfil de la comunidad educativa.	17
2.4.5. Análisis de las enseñanzas.....	18
2.4.6. Instalaciones.....	19

2.5. Justificación del CFGS en Gráfica Publicitaria y módulo elegido.....	20
2.6. Programación didáctica: Proyectos de Gráfica Publicitaria.	21
2.6.1. Objetivos generales de las enseñanzas.	22
2.6.2. Objetivos generales de CFGS de Gráfica Publicitaria.	22
2.6.3. Objetivos específicos del módulo de Proyectos de Gráfica Publicitaria.....	23
2.6.4. Competencias básicas y propias de los CFGS. Competencias generales. Competencias profesionales, personales y sociales.	24
2.6.5. Temporalización de las unidades didácticas y secuenciación de contenidos. 26	
2.6.6. Elementos transversales del currículo.	28
2.7. Metodología. Orientaciones, estrategias metodológicas y actividades.	28
2.7.1. Aprendizaje basado en proyectos y modelo de aprendizaje combinado.....	29
2.7.2. Actividades y recursos educativos.	29
2.7.3. Agrupamientos del alumnado.....	30
2.8. Recursos materiales, educativos e instalaciones del centro.	31
2.9. Medidas de atención a la diversidad.....	31
2.10. Evaluación: Criterios, instrumentos y unidades didácticas.	32
2.10.1. Evaluación.....	32
2.10.2. Evaluación del proceso de enseñanza-aprendizaje del alumnado, autoevaluación y de la práctica docente.	33
2.10.3. Criterios de evaluación.....	33
2.10.4. Procedimientos, técnicas e instrumentos de evaluación.....	34
2.10.5. Criterios de calificación ponderados.	35
2.10.6. Criterios de recuperación.	35
2.10.7. Contenidos, criterios de evaluación, resultados de aprendizaje, objetivos y competencias por unidad didáctica.	35
3. Unidad Didáctica 8: Identidad Visual Corporativa.	42
3.1. Introducción.....	42

3.1.1. Relación con otras unidades didácticas y disciplinas.....	42
3.2. Objetivos de aprendizaje y competencias.	43
3.3. Temporalización de sesiones. Secuenciación de contenidos.....	44
3.4. Elaboración de materiales didácticos.	45
3.4.1. Plataforma de aprendizaje.	45
3.4.2. Actividades de enseñanza y aprendizaje.	46
3.5. Orientaciones metodológicas.	49
3.6. Medidas de atención a la diversidad.....	49
3.7. Transversalidad.	49
3.8. Recursos educativos.	49
3.9. Evaluación.	50
3.9.1. Criterios de evaluación.....	50
3.9.2. Resultados de aprendizaje.	50
3.9.3. Ponderación de criterios de evaluación.....	51
3.9.4. Instrumentos de evaluación y calificación. Indicadores de logro. Rúbricas. .	51
3.9.5. Criterios de recuperación.	55
4. Conclusión.....	55
5. Referencias Bibliográficas.	56
5.1. Bibliografía documental.	56
5.2. Webgrafía.	57
5.3. Legislación.	58
5.3.1. Estatal.	58
5.3.2. Autonómica.	60
5.3.3. Otra legislación.	61
5.4. Material Didáctico del Máster.	61

Índice de Tablas.

Tabla 1. ESO y Bachillerato: análisis del alumnado y de cada etapa educativa	2
Tabla 2. Enseñanzas Profesionales: análisis del alumnado y de la etapa educativa.	3
Tabla 3. Relación de funciones del profesorado y competencias.....	5
Tabla 4. Atención a la diversidad. ACNEAE.....	7
Tabla 5. El currículum como hecho, como práctica y como construcción sociohistórica.	9
Tabla 6. Fundamentos legales que aplican al CFGS en Gráfica Publicitaria.....	12
Tabla 7. Niveles de concreción curricular.....	13
Tabla 8. Sectores y órganos de participación del centro..	17
Tabla 9. Perfil del alumnado de Ciclos Formativos de Grado Superior.....	18
Tabla 10. Escuela de Arte Mateo Inurria: Análisis de enseñanzas..	18
Tabla 11. Escuela de Arte Mateo Inurria: Análisis de los CFGS.....	19
Tabla 12. Instalaciones de la Escuela de Arte Mateo Inurria.	20
Tabla 13. CFGS Gráfica Publicitaria: Distribución, ratio y créditos. Módulo seleccionado.	21
Tabla 14. Clasificación de objetivos en Gráfica Publicitaria.	21
Tabla 15. Objetivos generales de las enseñanzas.	22
Tabla 16. Objetivos generales CFGS Gráfica Publicitaria.....	23
Tabla 17. Objetivos específicos. Proyectos de Gráfica Publicitaria.	23
Tabla 18. Competencias del CFGS Gráfica Publicitaria. Tipología.	24
Tabla 19. Competencias básicas, propias y profesionales.....	25
Tabla 20. Proyectos de Gráfica Publicitaria. Distribución de bloques de contenidos en unidades didácticas.	26
Tabla 21. Proyectos de Gráfica Publicitaria. Secuencia, título y horas totales por trimestre de las UD.	27
Tabla 22. Tratamiento de los elementos transversales en Proyectos de Gráfica Publicitaria.	28
Tabla 23. Clasificación de actividades según su intencionalidad educativa.	30

Tabla 24. Agrupamientos para las distintas actividades de la programación.....	30
Tabla 25. Recursos e instalaciones comunes para todas las Unidades Didácticas.....	31
Tabla 26. Evaluación del proceso de aprendizaje en las Enseñanzas Profesionales de Diseño en Andalucía.....	33
Tabla 27. Criterios de evaluación de Proyectos de Gráfica Publicitaria.	34
Tabla 28. Técnicas e instrumentos de evaluación para la programación didáctica.....	34
Tabla 29. Tabla resumen de las unidades didácticas que componen la programación..	41
Tabla 30. Proyectos de Gráfica Publicitaria. UD8: relación con otras unidades didácticas del curso.....	42
Tabla 31. Relación de objetivos de aprendizaje y competencias.	43
Tabla 32. Secuenciación de contenidos de la UD8: Identidad visual corporativa.	45
Tabla 33. Bibliografía de consulta para el refuerzo y aprovechamiento de la UD8.	50
Tabla 34. Criterios de evaluación contextualizados para la UD8.	50
Tabla 35. Resultados de aprendizaje que aparecen en el Suplemento al Título.....	51
Tabla 36. Ponderación de actividades según criterios de evaluación.....	51
Tabla 37. Escala de estimación para proyectos, actividades y exposiciones.	52
Tabla 38. Rúbrica para el proyecto de identidad visual corporativa.	53
Tabla 39. Valoración de realizaciones prácticas.	70

Índice de Figuras.

<i>Figura 1.</i> Elementos del currículo según el Artículo 6 de la LOMCE..	10
<i>Figura 2.</i> Exterior de la Escuela de Arte Mateo Inurria. Plaza de la Trinidad.	15
<i>Figura 3.</i> Sistema cultural de pertenencia y espacio público que rodea al centro.	16
<i>Figura 4.</i> Planta de acceso de la Escuela Mateo Inurria.	19
<i>Figura 5.</i> Distribución semanal de las unidades didácticas del módulo.	27
<i>Figura 6.</i> Representación del aula virtual en <i>Moodle</i> .	46
<i>Figura 7.</i> Ejemplo del material didáctico multimedia para la actividad de iniciación.	47
<i>Figura 8.</i> Metodología de diseño <i>Design Thinking</i> que se aplicará al proyecto.	47
<i>Figura 9.</i> Estándares ABP.	49

La función docente.

1.1. Introducción.

La situación vivida en los últimos meses, desde la declaración del estado de alarma, ha venido a acelerar una tendencia que ya venía fraguándose en las últimas reformas educativas: la **necesidad de un enfoque competencial en la docencia** que permita al alumnado evolucionar del “saber” –conceptos, principios...- al “saber hacer” –estrategias, técnicas, habilidades- y “valorar” –actitudes, emociones, responsabilidad social...-. El entorno VICA¹ volátil, incierto, cambiante y ambiguo en el que se desarrolla la sociedad actual (Horney, Pasmore, y O’Shea, 2010), pone de manifiesto una era transformacional en la que, según Cousins (2018), **las personas deben adaptarse a los cambios continuos y acelerados de un mundo cada vez más complejo.**

La **capacidad de aprendizaje continuo**, las **habilidades sociales** y el **manejo de las TIC**, con la digitalización de la enseñanza, son hoy fundamentales para la práctica docente y para un alumnado que desarrollará su futuro laboral en la llamada **revolución industrial 4.0**, en la que los límites entre lo físico, lo digital y lo tecnológico han desaparecido.

La Declaración Universal de los Derechos Humanos expresa que la educación es un derecho inherente a toda persona (ONU: Asamblea General, 1948, art. 26). Así, **la educación permanente** se convierte en una necesidad. El objetivo para los docentes e instituciones escolares debe ser el de proporcionar una **educación integral, integradora, equitativa y de calidad para todos, que atienda a la diversidad del alumnado y de los contextos sociales, económicos y culturales.** Para lograrlo es primordial **conocer a los discentes** y sus características psicoevolutivas para favorecer su desarrollo integral a lo largo de las diferentes etapas educativas. Por ello, se ha analizado el perfil del alumnado en Secundaria y Bachillerato y, por otro lado, en los Ciclos Formativos de Grado Superior en las Enseñanzas Artísticas Profesionales de Artes Plásticas y Diseño, por ser sobre esta etapa de la educación superior sobre la que se ha desarrollado la programación en el presente TFM.

1.2. El alumnado de Secundaria y Bachillerato.

El alumnado de secundaria y bachillerato se caracteriza por presentar una gran diversidad con diferencias individuales, madurativas, contextuales y ambientales. No obstante, se puede situar su etapa vital en la **adolescencia**, que se desarrolla **entre los 12 y los 18 años**, marcada por el cambio físico y el desarrollo cognitivo, de transición hacia el pensamiento formal. En la

¹ En inglés VUCA; volatilidad (naturaleza, velocidad, magnitud y dinámica de cambio); incertidumbre (falta de previsibilidad de problemas y hechos); complejidad (confusión de problemas y multiplicidad de factores); y ambigüedad (confusión de lo real y significado indeterminado) según Horney, Pasmore, y O’Shea (2010).

siguiente **Tabla 1** se analizan las características generales del alumnado de ESO y Bachillerato, y se ha contextualizado también cada etapa educativa.

Características de etapa y del alumnado de Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato.		
Etapa.	Clasificación.	Características.
Secundaria.	<p>Carácter:</p> <p>Finalidad:</p> <p>Organización:</p> <p>Alumnado:</p>	<p>Formación obligatoria (educación secundaria obligatoria).</p> <p>Dotar al alumnado de los <u>elementos básicos</u> para desenvolverse en la sociedad como <u>ciudadanos activos</u> (derechos y obligaciones), materializándose en <u>conocimientos de cultura general</u>, de manera más concreta en aspectos humanísticos, científicos, artísticos y tecnológicos (Real Decreto 1105/2014, de 26 de diciembre, art.10 y Decreto 111/2016, de 14 de junio, art. 2).</p> <p>Brindarles herramientas para un <u>aprendizaje permanente</u>, inculcándole hábitos de estudio y trabajo, así como, prepararles para su incorporación laboral y/o a estudios posteriores.</p> <p>2 Ciclos, 4 cursos y estructurada en <u>materias</u>. <u>Competencias clave</u>.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1^{er} ciclo (1^o, 2^o y 3^{er} curso): de 12 a 14 años. - Segundo ciclo (4^o curso): de 14 a 16 años. <p>- Objetivos, contenidos, estándares de aprendizaje y criterios de evaluación.</p> <p>Alumnado del 1^{er} ciclo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>Preadolescente</u> - primera adolescencia. - Iniciando una <u>etapa de desarrollo</u> marcada por el <u>cambio</u>: corporal, intelectual (pensamiento abstracto, razonamiento, generación de ideas propias), social (relación con pares y emancipación progresiva de la familia, búsqueda de modelos de identificación). <u>Motivación extrínseca</u>. - <u>Crisis y búsqueda de la identidad</u>. Pueden aparecer algunas conductas agresivas entre compañeros. A veces muestran hostilidad hacia el adulto. <p>Alumnado del segundo ciclo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>Adolescente</u> - adolescencia. - En una <u>etapa de desarrollo</u> marcada por la <u>crisis, la pérdida y el duelo</u>: por el cambio físico de la infancia a la adolescencia, por el rol y la identidad infantil (asunción de responsabilidades y autonomía afectiva), por las figuras adultas de referencia (familias, padres y madres). - Dificultad para mantener una disciplina, pero busca autonomía. A veces presentan un comportamiento disruptivo.
Bachillerato.	<p>Carácter:</p> <p>Finalidad:</p> <p>Organización:</p> <p>Alumnado:</p>	<p>Formación <u>postobligatoria</u> (educación secundaria postobligatoria).</p> <p>Brindar al alumnado las <u>herramientas básicas</u> para desarrollar las <u>funciones sociales</u> e incorporarse a la <u>vida activa</u> de manera <u>responsable y competencial</u>, mediante una formación y, un progreso en la madurez intelectual y humana; capacitándolo para <u>acceder a la educación superior</u>. (Real Decreto 1105/2014, de 26 de diciembre, art.24 y Decreto 110/2016, de 14 de junio, art.2).</p> <p>Un <u>único ciclo</u>, dos cursos y tres modalidades. <u>Competencias clave</u>.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1^{er} curso: de 16 a 17 años. - 2^o curso: de 17 a 18 años (aprox.). - Modalidades: 1) Ciencias. 2) Humanidades y Ciencias Sociales. 3) Artes (Plásticas, Diseño e Imagen o Escénicas, Música y Danza) <p>- Objetivos, contenidos, estándares de aprendizaje y criterios de evaluación.</p> <p>- <u>Adolescente</u> - adolescencia.</p> <p>- Con grandes diferencias en su desarrollo madurativo y moral (por lo general <u>más estable que la etapa anterior</u>). Con mayor <u>motivación intrínseca</u> y determinación (suelen saber qué quieren estudiar en el futuro o a qué se quieren dedicar). Buscan <u>mayor libertad</u> y <u>responsabilidad</u>. Comienzan a construir su proyecto vital. Importancia de la sexualidad y la autoestima.</p>

Tabla 1. ESO y Bachillerato: análisis del alumnado y de cada etapa educativa. Fuente: creación propia.

Para la elaboración del contenido de la **Tabla 1** se ha recurrido a la legislación educativa vigente: Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (LOE) modificada por la Ley Orgánica 6/2013, de 9 de diciembre para la mejora de la calidad educativa (LOMCE), además de la normativa citada en la misma. Por otro lado, para la definición del perfil del alumnado y etapa se ha utilizado el material de estudio correspondiente al módulo genérico de las asignaturas de Procesos y Contextos Educativos (Sampedro y Vega, 2019) y Aprendizaje y Desarrollo de la Personalidad (Rodríguez, 2019). Estas enseñanzas tienen en común su carácter de **enseñanza flexible** (Madrid y Mayorga, 2010), que permite al alumnado desarrollarse en función de sus intereses de especialización o posterior trayectoria, y el buscar una **educación básica y generalizada** asentada en competencias clave.

1.3. El alumnado en las Enseñanzas Artísticas Profesionales de Artes Plásticas y Diseño (Enseñanzas de Régimen Especial).

Dado que la programación didáctica se ha desarrollado para el Ciclo Formativo de Grado Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria (a partir de ahora CFGS Gráfica Publicitaria) se ha considerado conveniente realizar el análisis de este alumnado en la siguiente **Tabla 2** por tener un perfil diferenciado frente a otras etapas educativas.

Características de etapa y del alumnado de CFGS de Artes Plásticas y Diseño.		
Etapa:	Clasificación:	Características:
Enseñanzas Artísticas Profesionales. CFGS de Artes Plásticas y Diseño.	<p>Carácter: Formación profesionalizada (educación superior postobligatoria).</p> <p>Finalidad:</p>	<p>a) Proporcionar la <u>formación artística, técnica y tecnológica</u> adecuada para el ejercicio cualificado de las <u>competencias profesionales</u> propias de cada título.</p> <p>b) Facilitar información acerca de los aspectos organizativos, económicos, jurídicos y de seguridad que inciden en el <u>ejercicio profesional</u>, en las relaciones laborales y en el ámbito empresarial del sector profesional correspondiente.</p> <p>c) <u>Capacitar</u> para el <u>acceso al empleo</u> como profesional autónomo/asalariado, y fomentar el espíritu emprendedor y la <u>formación a lo largo de la vida</u>. (Real Decreto 596/2007, de 4 de mayo, art. 2 y D. 326/2009).</p>
	Organización:	<p>Un ciclo, dos cursos. Competencias profesionales, personales y sociales.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1º curso: a partir de 18 años y superior. - 2º curso: a partir de 19 años y superior. Incluye la Formación en Centros de Trabajo. <p>- Objetivos, contenidos, resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.</p>
	Alumnado:	<ul style="list-style-type: none"> - <u>Juventud o adultez temprana</u> – <u>Madurez o vejez</u>. - Muy <u>heterogéneo</u>. Procedencia diversa: bachillerato, universitario y otros. - Con gran <u>motivación intrínseca</u>, determinación, autonomía, disciplina e implicación en el proceso de enseñanza-aprendizaje (encaminada a satisfacer sus necesidades laborales, sociales y personales). - Pensamiento formal, según las etapas del desarrollo cognitivo de Piaget (1972), que le permite el aprendizaje de conocimientos abstractos. - <u>Autoconcepto diferenciado</u> y consistente. La autoestima varía en cada caso. - <u>Altamente creativo</u> aunque en ocasiones está demasiado fascinado por la técnica y las herramientas digitales con una falta de cultura visual.

Tabla 2. Enseñanzas Profesionales: análisis del alumnado y de la etapa educativa. Fuente: creación propia.

1.4. Análisis de las competencias profesionales de los docentes.

La profesión docente implica, para los que la ejercen, la necesidad de una **sólida formación teórico-práctica** sobre los módulos o materias que debe impartir, conocimiento sobre los **aspectos psicopedagógicos y didácticos** que demande su alumnado y más aún requiere de **habilidades, aptitudes y actitudes** que le permitan adaptarse rápidamente a los cambios globales y sociales e integrarlos en el sistema educativo español.

En la LOE (art.91) se recogen las funciones del profesorado de aplicación en el ámbito estatal, y en el artículo 9 del Decreto 327/2010, de 13 de julio, se añaden dos más para la comunidad autónoma andaluza. En la **Tabla 3** se han recogido y clasificado las mismas, añadiendo las competencias correspondientes:

Funciones y competencias del profesorado (LOE, art. 91).		
<i>El profesorado debe realizar estas funciones incorporando los principios de colaboración, de trabajo en equipo y de coordinación entre el personal docente y el de atención educativa complementaria.</i>		
Función / Deber:	Objeto:	Competencia:
a. La programación y la enseñanza :	- de las materias, módulos y, en su caso, ámbitos que tengan encomendados.	Saber programar y planificar el currículo, elaborar materiales y enseñar aplicando estrategias pedagógicas y didácticas.
b. La evaluación :	- del proceso de aprendizaje del alumnado . - de los procesos de enseñanza .	Saber evaluar los procesos y los resultados curriculares, así como la propia práctica docente.
c. La tutoría : La dirección y orientación : El apoyo :	- del alumnado . - del aprendizaje del alumnado . - en el proceso educativo del alumnado , en colaboración con las familias.	Aprender a tutorizar al alumnado, dirigir y orientar su aprendizaje y apoyar su proceso educativo de manera coordinada con las familias y demás agentes educativos.
d. La orientación educativa, académica y profesional :	- del alumnado , en colaboración, en su caso, con los departamentos de orientación o los equipos de orientación educativa.	Orientar al alumnado y saber identificar los factores relevantes para su pleno desarrollo.
e. La atención :	- al desarrollo intelectual, afectivo, psicomotriz, social y moral del alumnado .	Desarrollar las habilidades sociales necesarias para empatizar con el alumnado y atender su desarrollo.
f. La promoción, organización y participación :	- en las actividades complementarias , dentro o fuera del recinto educativo, programadas por los centros.	Promover, organizar y participar activamente en las actividades complementarias del centro.
g. La contribución a un clima de respeto , de tolerancia , de participación y de libertad :	- en el desarrollo de actividades del centro para fomentar en el alumnado los valores de la ciudadanía democrática .	Desarrollar la capacidad de comunicación, inteligencia emocional y ética para poder transmitir valores de la ciudadanía democrática.
h. La información periódica : La orientación :	- a las familias sobre el proceso de aprendizaje de sus hijos e hijas. - para su cooperación el proceso de aprendizaje de sus hijos e hijas.	Informar y orientar a las familias sobre el proceso de aprendizaje desarrollando las habilidades sociales necesarias para empatizar con ellas.
i. La coordinación :	- de las actividades docentes , de gestión y de dirección que les sean encomendadas.	Desarrollar capacidad de liderazgo para coordinar actividades docentes.
j. La participación :	- en la actividad general del centro.	Saber cooperar y participar.

k. La participación :	- en los planes de evaluación que determinen las Administraciones educativas o los propios centros.	Desarrollar de manera proactiva la capacidad de participación en evaluaciones del centro.
l. La participación : (Decreto 327/2010, de 13 de julio, art.9)	- en las actividades formativas programadas por los centros como consecuencia de los resultados de la autoevaluación o de las evaluaciones internas o externas que se realicen.	Desarrollar de manera proactiva la capacidad de participación en actividades formativas para la actualización e innovación en el ejercicio profesional.
m. La investigación , la experimentación y la mejora continua:	- de los procesos de enseñanza correspondiente.	Actualizar conocimientos y habilidades, innovar y comprometerse con el ejercicio profesional.
n. El conocimiento y la utilización: (Decreto 327/2010, de 13 de julio, art.9)	- de las tecnologías de la información y la comunicación como herramienta habitual de trabajo en el aula.	Desarrollar y actualizar de forma periódica la competencia digital docente.

Tabla 3. Relación de funciones del profesorado y competencias. Fuente: Elaboración propia a partir de LOE. Nota: para alcanzar estas competencias profesionales el Decreto 93/2013, de 27 de agosto y la Resolución de 23 de julio de 2019 (durante el curso 2019/2020) regulan y detallan la formación inicial y continua o permanente que debe recibir el profesorado en Andalucía.

Se ha considerado conveniente detallar a continuación las características diferenciadas entre el profesorado de Secundaria y Bachillerato y el profesorado de Ciclos Formativos de Grado Superior de Artes Plásticas y Diseño derivadas de la experiencia que se ha tenido tanto en las prácticas del máster como en el ejercicio de la labor docente.

1.4.1. El Profesorado de Secundaria y Bachillerato.

El profesorado de esta etapa, para un correcto ejercicio de su labor, debe buscar la **coordinación con las familias** y demás **agentes educativos**, atendiendo al contexto social, económico y cultural para responder a las **necesidades educativas del alumnado**. En ocasiones, esta labor se ve dificultada por las **altas ratios** que presenta esta etapa educativa, junto a una falta de motivación de parte del alumnado, sobre todo en secundaria, que no presenta interés por los estudios. Según Prieto (2008) el profesorado debe desempeñar su labor como **instructor y especialista de la materia**, como **educador**, como **solucionador de problemas** y **mediador de conflictos**, a veces también entre su alumnado y sus familias.

Como factor positivo podemos destacar que, al ser unas enseñanzas básicas y generalizadas, la mayoría de las asignaturas cuentan con un **amplio abanico de material didáctico de apoyo**, **libros de texto** y otros **recursos digitales** que pueden ser de utilidad para una atención individualizada en el aula, facilitando el correcto desarrollo de su labor.

1.4.2. El Profesorado de CFGS de Artes Plásticas y Diseño.

El profesorado de estas enseñanzas precisa de una formación especializada y permanente, adaptada a los continuos cambios legislativos y del ámbito profesional para el que preparan al alumnado, que suele tener un alto grado de implicación, pero también de exigencia.

Al ser las ratios algo más bajas en los módulos prácticos, la enseñanza tiene un **mayor grado de personalización**, pero también de **complejidad** por su especialización. Además, los docentes encuentran una **falta de material didáctico** o manuales de referencia específicos de los módulos que imparten. Una particularidad de este profesorado es que o bien provienen del ámbito profesional o bien del académico y suele ser raro el perfil mixto, por lo que ambos enfrentan su profesión con ciertas carencias que deben tratar de solventar a favor del alumnado.

1.5. Otros roles profesionales de los docentes: acción tutorial, atención a la diversidad y relaciones del profesorado con alumnado y familias.

Una vez definido el perfil del alumnado y las competencias docentes es necesario prestar atención a una serie de actuaciones que ayudarán a mejorar el ejercicio de la docencia.

1.5.1. Acción tutorial.

Para conseguir una educación integral e individualizada, la tutoría y la orientación deben estar integradas en el ejercicio docente. Luque (2006) afirma que el alumnado necesita ser orientado para que pueda integrar los aprendizajes y proyectarlos en su vida. La acción tutorial promueve el desarrollo pleno del alumnado en los ámbitos personal, académico, social y profesional. Se han recogido en el apartado 1.4 algunos aspectos de esta acción tutorial; el Decreto 111/2016, de 14 de junio, y el, de 14 de junio, señalan que, al contribuir a la personalización de los procesos de enseñanza-aprendizaje, la acción tutorial favorece que el alumnado alcance los objetivos de etapa (Real Decreto 110/2016, Disposiciones generales).

La acción tutorial es una **actividad cooperativa** y colaborativa, activa, continua y dinámica, donde todos los agentes educativos, incluidas las familias, deben trabajar de manera coordinada. Así el equipo docente, coordinado por el profesorado que ejerce la tutoría, se convierte en agente orientador de familias, alumnado, profesorado y centro que realiza una intervención personalizada en respuesta a la heterogeneidad del alumnado. (Álvarez González, 2017; Álvarez González y Bisquerra, 2018; Monge, 2009).

Se abordarán más detalles de la acción tutorial en el contexto de los Ciclos Formativos de Grado Superior en el desarrollo de la programación didáctica del presente TFM.

1.5.2. Atención a la diversidad.

La diversidad forma parte del ser humano, y el profesorado en el ejercicio de su función ha de tener en cuenta estas diferencias (sociales, culturales, de capacidades, etc.) y, a su vez, apreciarlas, respetarlas e incluso fomentarlas, aunque esta labor implica una gran complejidad y responsabilidad, más aún en las aulas masificadas donde el profesorado ejerce su labor. Así,

el artículo 37 de la Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía (LEA) señala que la atención a la diversidad será la pauta ordinaria de la acción educativa, particularmente en la enseñanza obligatoria. También en su artículo 113 se recoge que:

La escolarización del alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo se regirá por los **principios de normalización, inclusión escolar y social, flexibilización, personalización de la enseñanza** y coordinación interadministrativa y asegurará su **no discriminación** y la **igualdad efectiva** en el acceso y permanencia en el sistema educativo.

Para **garantizar la equidad**, la LOE, en su título II, aborda los grupos de alumnos que requieren una atención educativa diferente a la ordinaria por presentar alguna necesidad específica de apoyo educativo (**Tabla 4**) y establece los recursos precisos para acometer esta tarea con el objetivo de lograr su plena inclusión e integración.

Alumnado con necesidad específica de apoyo educativo (ACNEAE).	
Clasificación.	Características y recursos necesarios.
Alumnado que presenta necesidades educativas especiales (NEE).	Requiere apoyos y atenciones educativas específicas derivadas de discapacidad o trastornos graves de conducta.
Alumnado con altas capacidades intelectuales.	Requiere planes de actuación, programas de enriquecimiento curricular y, en ocasiones, flexibilización de las etapas educativas.
Alumnos con integración tardía en el sistema educativo español.	Incorporación atendiendo a sus circunstancias, conocimientos, edad e historial académico en el curso más adecuado, con apoyos oportunos.
Alumnado con dificultades específicas de aprendizaje.	La identificación, valoración e intervención de sus necesidades educativas se realizará de la forma más temprana posible.
Alumnado que precise acciones de carácter compensatorio. Art.113, LEA.	Se atenderán las necesidades derivadas de factores sociales, económicos, culturales, geográficos, étnicos o de otra índole.

Tabla 4. Atención a la diversidad. ACNEAE. Fuente: creación propia a partir de LOE y LEA.

Aunque para los CFGS de enseñanzas artísticas la legislación es menos extensa y precisa, la atención a la diversidad también está presente tanto en el Plan de Centro como entre las funciones del profesorado que ejerce la tutoría y orientación, por lo que se abordará de forma detallada y contextualizada en la programación didáctica.

1.5.3. Relación con el alumnado y las familias. El POAT.

Por último, las circunstancias afrontadas al término del presente curso han supuesto un reto para los docentes debido a la sustitución de la enseñanza presencial por la enseñanza telemática, que ha puesto de manifiesto la necesidad de una coordinación aún mayor con el alumnado y las familias, no solo en lo académico sino en un plano emocional y social.

Para una educación integral, la coordinación y comunicación continua con las familias es esencial en orden al éxito educativo del alumnado, sobre todo en la etapa de educación obligatoria. El profesorado debe acompañar y asesorar al alumnado y a las familias y asumir las funciones que, al respecto, se han descrito en la **Tabla 3**.

Es imprescindible implicar a las familias como parte activa de la cultura del centro, hacerlas partícipes de la educación de sus hijos. Para ello en el **Plan de Orientación y Acción Tutorial (POAT)**, se promueven acciones como reuniones y actividades que implican la participación de centro, alumnado y familias. Con ello se busca comprender y conocer tanto el entorno familiar del alumnado como el contexto social que la rodea, sentando las bases para asegurar un buen resultado en los procesos de enseñanza-aprendizaje.

El Departamento de Orientación, tanto a nivel individual como grupal, es el encargado de marcar las pautas y metodologías recomendadas a aplicar en casos específicos, en el aula o incluso por niveles.

Por otro lado, el profesorado será el encargado de coordinar los encuentros con las familias de su alumnado, para compartir las directrices del curso y para abordar y compartir las preocupaciones que afectan tanto a las familias como al propio alumnado.

2. Diseño del currículum y planificación de la actividad docente.

2.1. Introducción.

2.1.1. Currículo. Conceptualización.

La palabra "currículum", vinculada al ámbito docente, surgió con la confluencia de diversos movimientos sociales e ideológicos. De manera explícita aparece en el s. XVII en el *Oxford English Dictionary*, y sus orígenes se remontan (Hamilton, 1991) a los registros de las Universidades de Glasgow (1633) y Leiden (1582).

En nuestro país, los términos “currículum”, “curricular” o “currículo” aparecen ligados a la bibliografía docente de manera generalizada a partir de la reforma educativa, motivo por el que se adoptan como términos de uso frecuente tanto en estudios pedagógicos como en la legislación educativa. Sin embargo, la importancia reside no tanto en cuándo aparece, sino en qué significado se le otorga.

Diversos autores como Tyler, Novak, Stenhouse, Gimeno Sacristán, Goodson, Blanco y Baz o Young, entre otros, han realizado aproximaciones al término y han aportado sus propias definiciones. Young (1998), además, las ha tipificado en dos variantes que contraponen a una tercera, como desarrollan Morante, J. y Gómez, A. L. (2003) en su artículo, cuyo contenido se ha resumido en la siguiente **Tabla 5**:

Tipificación del currículum según Young.			
Currículum como hecho	Currículum como práctica	VS	Currículum como construcción sociohistórica
Entiende el conocimiento como una entidad externa, transferida de forma unidireccional del profesorado al alumnado.	En el que el fenómeno educativo es una <i>construcción social</i> producto de la interacción activa entre docentes y discentes.		Centra su atención en las complejas relaciones entre sociedad y sistema educativo, las materias escolares y su desarrollo aplicado a un aula concreta.

Tabla 5. El currículum como hecho, como práctica y como construcción sociohistórica. Fuente: Creación propia.

Como se puede observar son numerosas y diversas las aproximaciones al término currículum por lo que no es de extrañar que la propia legislación estatal trate de definir y acotar el término, como punto de partida para el desarrollo de la regulación educativa. Así, la propia Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa (en adelante LOMCE) en el Capítulo III, Artículo 6, opta por el término “**currículo**” frente a “currículum”, y lo define como:

[...] la **regulación de los elementos que determinan los procesos de enseñanza y aprendizaje** para cada una de las enseñanzas.

2.1.2. Currículo. Elementos. Fundamentación.

A continuación se han enumerado y concretado de forma gráfica en la **Figura 1** cuáles son los elementos en los que se fundamenta el currículo, siguiendo el marco teórico definido por la LOMCE:

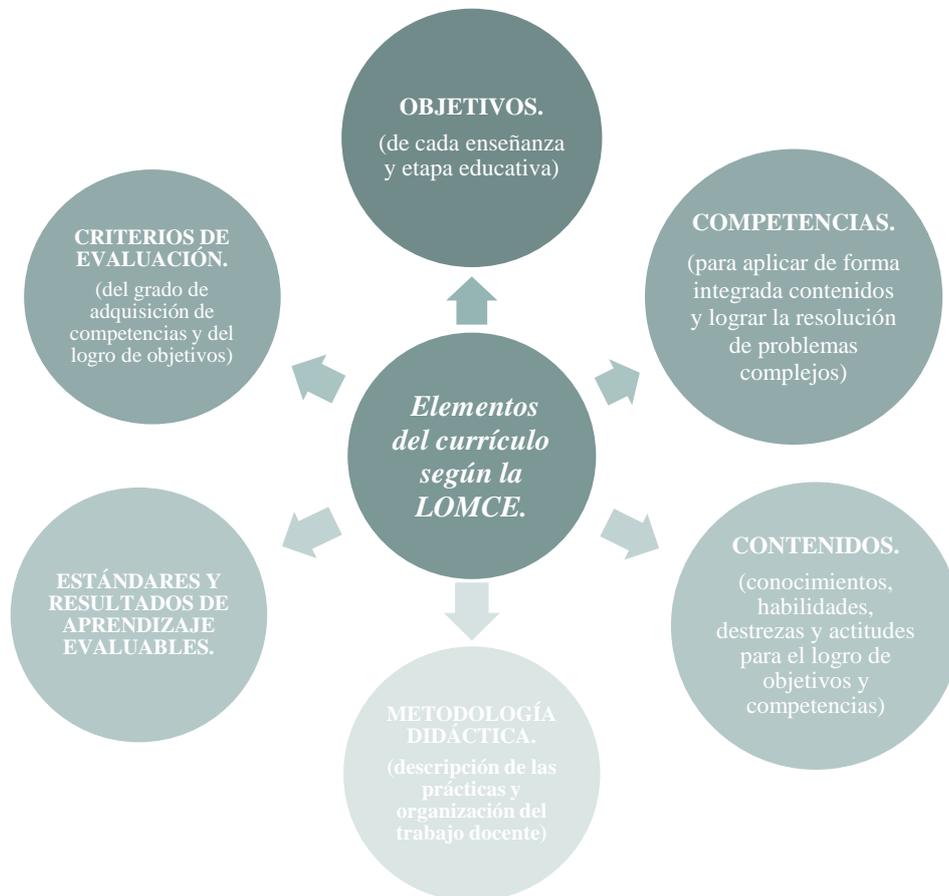


Figura 1. Elementos del currículo según el artículo 6 de la LOMCE. Fuente: Elaboración propia.

Para el desarrollo del presente TFM se entenderá el **currículo** como:

La regulación y organización del conjunto de objetivos, competencias, contenidos, metodologías pedagógicas y criterios de evaluación de las enseñanzas correspondientes al CFGS de Gráfica Publicitaria en un contexto educativo y cultural específico (la Escuela de Arte Mateo Inurria de Córdoba).

2.2. Fundamentos legales.

El diseño del currículo responde a un **marco legal** establecido, en un primer lugar, por la **Jefatura del Estado** y el **Ministerio de Educación** y, en segundo lugar, por parte de las **Comunidades Autónomas** que, tomando como base esta normativa, legislan para adaptarla a los aspectos socioculturales e históricos de cada territorio.

La **Constitución Española**, que constituye el **marco normativo de referencia inicial**, defiende que todos tienen el derecho a la educación (CE, art.27). Además, configura **un único sistema educativo** y, al establecer un **modelo de Estado descentralizado**, regula su ámbito de competencias y determina las funciones y servicios gestionados por las comunidades autónomas. En este contexto surgen las **diferentes leyes educativas** (LOE y LOMCE) y las distintas disposiciones que las desarrollan. Se hace necesario, por tanto, determinar el marco legal, estatal y autonómico, así como su organización en torno a los distintos aspectos que caracterizan a estas enseñanzas (ordenación, perfil profesional, título y evaluación) que se concretan en la siguiente **Tabla 6** para el CFGS en Gráfica Publicitaria:

Marco legal CFGS en Gráfica Publicitaria – Módulo: Proyectos de Gráfica Publicitaria.				
	Ordenación	Perfil profesional	Título	Evaluación
Estatal	Constitución Española , de 29 de diciembre de 1978, núm. 311. Artículo 27. (BOE 29-12-78).	Ley Orgánica 5/2002 , de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional que pone en marcha el Sistema Nacional de Cualificaciones y formación profesional. (BOE 20-06-2002).	Real Decreto 1147/2011 , de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional. (BOE 30-07-2011).	**Real Decreto 463/2020 , de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19. (BOE 14-03-2020).
	Ley Orgánica 8/1985 , de 3 de julio, reguladora del Derecho a la Educación. (BOE 04-07-1985).	Real Decreto 1415/2005 , de 25 de noviembre, sobre el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales. (BOE 03-12-2005).	Real Decreto 1427/2012 y 1431/2012 , de 11 de octubre, por el que se establece el título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria perteneciente a la familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual y se aprueban las correspondientes enseñanzas mínimas. (BOE 03-11-2012).	**Orden EFP/361/2020 , de 21 de abril, por la que se adoptan medidas excepcionales en materia de flexibilización de las enseñanzas de Formación Profesional del Sistema Educativo y de las enseñanzas de Régimen Especial (BOE 23-04-2020). ²
	Ley Orgánica 2/2006 , de 3 de mayo, de Educación (LOE), (BOE 04-5-2006) modificada por la Ley Orgánica 6/2013 , de 9 de diciembre para la mejora de la calidad educativa (LOMCE), (BOE 10-12-2013).	Real Decreto 1416/2005 , de 25 de noviembre, por el que se modifica el Real Decreto 1128/2003, de 5 de septiembre, por el que se regula el Catálogo Nacional de las Cualificaciones Profesionales. (BOE 03-12-2005).		
	Real Decreto 596/2007 , de 4 de mayo, por el que se establece la ordenación general de las enseñanzas profesionales de artes plásticas y diseño. (BOE 25-5-2007).			
	Real Decreto 303/2010 , de 15 de marzo, por el que se establecen los requisitos mínimos de los centros que imparten enseñanzas artísticas. (BOE 09-04- 2010).			
Real Decreto 1284/2002 , de 5 de diciembre, por el que se establecen las especialidades de los Cuerpos de Profesores de Artes Plásticas y Diseño y Maestros de Taller de Artes Plásticas y Diseño (BOE 20-12- 2002).				

² ** Se ha incluido dentro del marco legal la normativa educativa derivada de las medidas excepcionales adoptadas con motivo del estado de alarma, vigentes durante el curso 2019/2020, afectando, por lo tanto, a la presente programación didáctica.

	Ordenación	Perfil profesional	Título	Evaluación
Autonómica	<p>Ley Orgánica 2/2007, de 19 de marzo, de reforma del Estatuto de Autonomía para Andalucía (BOE 20-03-2007).</p> <p>Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía de 2007 (LEA) (BOJA 26-12-2007).</p> <p>Decreto 326/2009, de 15 de septiembre, por el que se establece la ordenación general de las enseñanzas profesionales de artes plásticas y diseño en Andalucía (BOJA 29-09-2009) y la corrección de errores (BOJA núm. 191, 29-9-2009).</p> <p>Orden de 11 de septiembre de 2006, por la que se regulan aspectos relacionados con la Oferta de Módulos de los Ciclos Formativos de Artes Plásticas y Diseño por parte de las Escuelas de Arte (BOJA 02-10-2006).</p> <p>Decreto 260/2011 de 7 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de las Escuelas de Arte (BOJA 27-12-2011).</p> <p>Orden de 19 de marzo de 2012, por la que se regula la organización y el funcionamiento de las escuelas de arte, así como el horario de los centros, del alumnado y del profesorado (BOJA 28-03-2012).</p>	<p>Resolución de 1 de diciembre de 2005, de la Dirección General de Formación Profesional y Educación Permanente, por la que se aprueba la Carta de Servicios del Instituto Andaluz de Cualificaciones Profesionales (BOJA 03-01-2006).</p> <p>Orden de 26 de septiembre de 2002, por la que se regula el Libro de Acreditación de Competencias Profesionales (BOJA 24-10-2002).</p>	<p>Orden de 23 de junio de 2014, por la que se desarrolla el currículo correspondiente a los títulos de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Animación, en Gráfica Interactiva, en Gráfica Impresa, en Gráfica Audiovisual, en Gráfica Publicitaria, en Fotografía, en Ilustración y en Cómic (BOJA 25-07-2014).</p>	<p>Orden de 14 de octubre de 2010, por la que se establece la ordenación de la evaluación del proceso de aprendizaje del alumnado de las Enseñanzas Profesionales de Artes Plásticas y Diseño en Andalucía (BOJA 15-11-2010).</p> <p>Corrección de errores de la Orden de 14 de octubre de 2010, por la que se establece la ordenación de la evaluación del proceso de aprendizaje del alumnado de las Enseñanzas Profesionales de Artes Plásticas y Diseño en Andalucía (BOJA 18-01-2011).</p>

Tabla 6. Fundamentos legales que aplican al CFGS en Gráfica Publicitaria. Fuente: Elaboración propia.

Para las Enseñanzas de Régimen Especial, a las que pertenece el CFGS en Gráfica Publicitaria, la citada LOMCE no realiza ninguna modificación específica, por lo que la LOE constituye el marco legislativo educativo primario sobre el que se ha basado esta programación. Sin embargo, se ha considerado incluirla en la anterior **Tabla 6** puesto que, a raíz de esta legislación, surgen algunas particularidades a la hora de programar. Ocurre también en el caso del Sistema Nacional de Cualificaciones y Formación Profesional o con el Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, ya que, siendo estas enseñanzas de Régimen Especial, la titulación que las configura es la de Ciclo Formativo de Grado Superior, que en su ANEXO III fija las competencias básicas que se tendrán en cuenta al acceder a las mismas.

2.3. Niveles de concreción curricular.

Aunque para la clasificación que se indica en la **Tabla 7** se han seguido las recomendaciones vistas en las clases teóricas de la especialidad, hay autores, como Gimeno Sacristán (2012) que, aunque establecen también cinco niveles de concreción curricular, separan el primer nivel del Diseño Curricular Base en dos niveles, un primer nivel para la legislación estatal, y un segundo para la normativa autonómica. En este caso el cuarto y el quinto nivel descritos en la **Tabla 7** se unifican.

Niveles de concreción curricular: CFGs de Gráfica Publicitaria – Módulo: Proyectos de Gráfica Publicitaria.			
	Niveles de concreción	Documentos	Responsables
PRIMER NIVEL	Diseño Curricular Base (DCB) , currículo oficial para todo el territorio nacional. Recoge un modelo definido de educación a implantar que la comunidad autónoma (Andalucía) sitúa en un entorno geográfico bajo unas leyes autonómicas específicas.	Incluye: las Leyes Orgánicas de Educación (LOMCE, LOE), Reales Decretos de enseñanzas mínimas, Decretos de currículo y Órdenes descritos en la anterior Tabla 6 .	- Administración General del Estado. - Junta de Andalucía.
SEGUNDO NIVEL	Proyecto Curricular de Centro. En base a su autonomía se realizan las adaptaciones a las características específicas de la Escuela de Arte Mateo Inurria y su entorno (cultural, social, patrimonial en la ciudad de Córdoba, etc.), que completan el diseño curricular base recogido en el marco legislativo estatal y autonómico descrito en el apartado anterior.	Podemos enumerar los siguientes documentos: - Plan de Centro ³ (PEC): o Proyecto Educativo. o Proyecto de Gestión. o Reglamento de Organización y Funcionamiento. - Programación General Anual (PGA). - Proyecto Curricular de Centro (PCC).	- Comunidad Educativa. - Equipos Docentes. - Claustro de Profesorado. - Equipo Directivo. - Consejo Escolar.
TERCER NIVEL	Programaciones didácticas: incluye la adecuación del Diseño Curricular Base a las características concretas de centro, parte del equipo docente, y debe estar en consonancia con lo recogido en el Proyecto Curricular de Centro.	- Departamento: Programación Didáctica o Cursos/asignaturas/módulos/Libros de texto... o Relación bloques contenidos/Objetivos/Competencias /criterios evaluación.	- Departamentos de Coordinación Didáctica (elaboración). - Claustro de Profesorado (aprobación).
CUARTO	Programación didáctica de aula: se refiere a la adecuación, por parte del docente, del Diseño Curricular Base a las características concretas de su aula y a las necesidades específicas de su alumnado.	- Programación Didáctica de Aula (PDA). o Unidades didácticas o Programación adaptada a una unidad temporal concreta y una realidad concreta (el aula).	- Tutor o tutora. - Profesorado especialista.
QUINTO	Programas de adaptación curricular acomoda la oferta educativa común a las posibilidades y necesidades de cada uno.	- Diario de clase/Portfolio. - Adaptaciones curriculares. Plan de Trabajo Individualizado (PTI).	- Profesorado. - Tutor o tutora junto con familias y especialistas.

Tabla 7. Niveles de concreción curricular. Fuente: creación propia a partir de literatura de varios autores⁴.

³ El Plan de Centro no aparece como documento en la Ley Orgánica de Educación, pero se establece en el artículo 26 de la Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía de 2007.

⁴ Rodríguez J. y Cruz P. (2015) *¿Nueva forma de programar? Concreción curricular tras la LOMCE*. p 946 y Gimeno Sacristán, J. (2011). *Diseño, desarrollo e innovación del currículum*. Madrid: Morata.

Como se puede observar, son diversas las clasificaciones que determinan los niveles de concreción curricular. En este caso se ha optado por la clasificación en **cinco niveles** al resultar **más precisa y específica**, pero otros autores, como Coll Salvador (1987), realizan una clasificación en cuatro niveles que distingue entre: Diseño Curricular Base, Proyecto Curricular de Centro, Programaciones didácticas y Programas de adaptación curricular.

2.4. Contexto del centro. La Escuela de Arte Mateo Inurria de Córdoba.

2.4.1. Características del centro.

La Escuela de Artes Plásticas y Diseño Mateo Inurria se encuentra en la ciudad de Córdoba ocupando un espacio privilegiado en el corazón de la ciudad, en el nº 1 de la céntrica Plaza de la Trinidad del barrio de Santiago. Constituye, junto a la Escuela de Arte Dionisio Ortiz, uno de los dos únicos centros que en la provincia de Córdoba imparten las llamadas Enseñanzas Artísticas en todos sus niveles. Es un Centro de Enseñanzas de Régimen Especial de la red de centros andaluces que imparte Bachillerato en la modalidad de Artes, Ciclos Formativos de Grado Superior y Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño.

2.4.2. Historia del centro, ubicación y contexto actual.

2.4.2.1. Historia de la Escuela de Artes Plásticas y Diseño Mateo Inurria de Córdoba.

Este centro tiene su origen hace más de 150 años, en el año 1866, tras la creación de la Escuela Provincial de Bellas Artes, antecedente directo de los estudios que imparte actualmente. La Escuela Provincial se creó a partir de la Real Orden de 20 de febrero, siendo una iniciativa de la Diputación (Asensi Córdoba, 2016). Tuvo su primera sede en el actual Museo Julio Romero de Torres. Alrededor del año 1870, el Ayuntamiento creó la Escuela Municipal de Artes y Oficios y ambas instituciones avanzaron en paralelo hasta detener su funcionamiento en 1898.

Posteriormente, a principios del siglo XX, con el apoyo institucional de Ayuntamiento y Diputación, nació la Escuela Superior de Artes Industriales. Mateo Inurria organizó el plan de estudios de manera que el escultor creó una institución que se nutría de ambos centros recuperando de ellos el profesorado y los medios materiales. Esta Escuela Superior de Artes Industriales se ubicó en el Palacio de los Marqueses de Benamejí (actual sede de la Escuela de Arte Dionisio Ortiz). Para sus estudios, las matrículas eran gratuitas, por lo que, desde su creación, este centro facilita el acceso a la enseñanza a todos los sectores de la población. Por este motivo tuvo una gran demanda y hubo que ampliarlo. Los contenidos de la escuela se reestructuraron en el Plan de Estudios de 1910 y se desglosaron las competencias específicas de las artes plásticas y lo que más tarde sería la Formación Profesional.

Durante la República hubo una gran influencia de la Bauhaus y de sus planes de estudios, lo que se plasmó en la sistematización de la enseñanza. Durante la posguerra se retomó el plan de 1910 y en 1963, tres años antes del traslado a su sede actual, se produjo un cambio importante: una nueva ordenación de las enseñanzas.

Con la LOGSE se abrió la posibilidad de impartir el Bachillerato de Artes en el centro y con la LOE se plantearon las Enseñanzas Artísticas Superiores. En 2013 la actual Escuela de Arte Dionisio Ortiz, que hasta entonces había sido sección delegada del centro Mateo Inurria, se convirtió en escuela de arte a todos los efectos. Son muchos los cambios que se han implantado a lo largo de su historia, tanto en planes de estudio, en consonancia con las demandas del mercado y las demandas sociales, como en estructura y ubicación. El centro ha ido buscando cada vez una mayor especialización, hasta conseguir impartir las enseñanzas artísticas superiores de diseño a partir de 2012.

2.4.2.2. Ubicación y contexto actual.

En la actualidad, la Escuela se sitúa en un edificio histórico que constituye también un referente cultural: el Palacio de los Duques de Hornachuelos en la ciudad de Córdoba, **Figura 2**. En 1965 se rehabilitó, se adaptó su uso y se trasladó allí la sede de la Escuela de Artes



Figura 2. Exterior de la Escuela de Arte Mateo Inurria. Plaza de la Trinidad. Autoría: propia.

Aplicadas y Oficios Artísticos, actual Escuela de Arte. Ocupa una superficie total de 3.389 m² (Plan de Equipamientos e Infraestructuras Culturales de Córdoba, s.f.).

Córdoba, situada al norte de la Comunidad Autónoma de Andalucía, constituye un lugar de gran riqueza histórica, patrimonial y cultural, además de ser la capital de la provincia. En ella se concentra la mayor parte de la actividad artística y cultural. En el contexto educativo es importante señalar su carácter de ciudad universitaria, ya que la actividad cultural es también promovida desde las propias universidades realizando, a menudo, acciones en conjunto con organismos institucionales o con las propias Escuelas de

Artes Plásticas y Diseño. Córdoba ha sido, tradicionalmente, una ciudad multicultural por lo que desde el centro se busca el promover una educación que fomente el respeto, la tolerancia

y la curiosidad por la diversidad cultural, familiar y social. Por otro lado, supone una oportunidad para este centro el incluir en su actividad la relación con la vida cultural de la ciudad y, a su vez, colaborar en la concienciación y preservación del patrimonio artístico y su historia junto con el alumnado.

2.4.3. Contexto social, económico y cultural.

Con respecto al sistema cultural, económico y social de pertenencia destacan los siguientes equipamientos que nutren el contexto del centro, así como el espacio público que lo conecta, tanto peatonal como vehicular, **Figura 3**: la Biblioteca Provincial, el Teatro de la Axerquía, el Real Jardín Botánico, la Sala Vimcorsa y los Conservatorios profesionales de Música y Danza, así como el Teatro Góngora y el Gran Teatro, que también se encuentran conectados a través del espacio público con nuestro centro. Como indica el Plan de Equipamientos e Infraestructuras Culturales de Córdoba sería de interés **plantear una red para el desarrollo y fomento de actividades entre equipamientos de actividad complementaria** y la creación de sinergias entre estos espacios. Es también necesaria la relación con empresas derivada de la realización de la FCT del alumnado, así como la búsqueda de convenios para su inserción laboral.

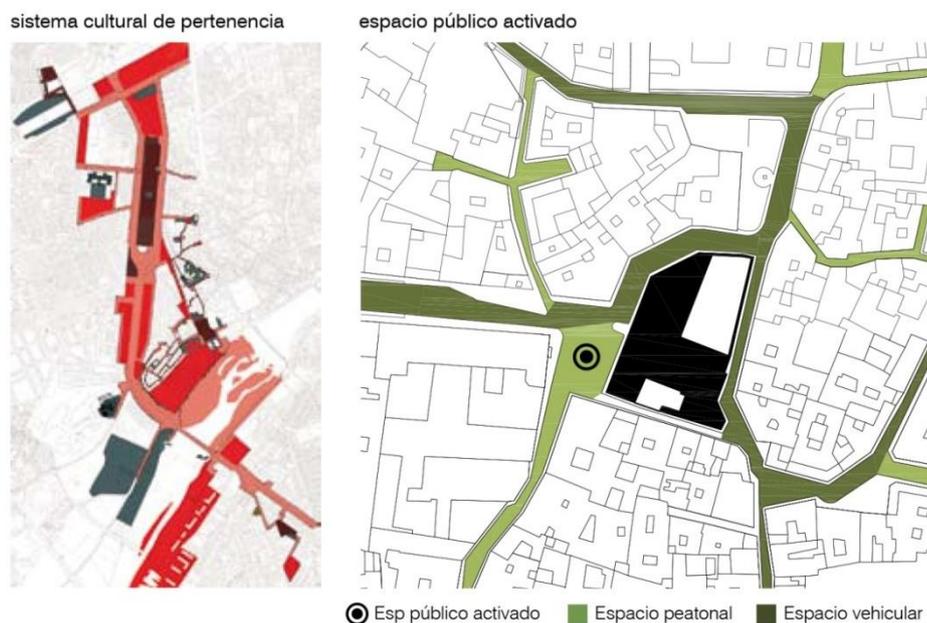


Figura 3. Sistema cultural de pertenencia y espacio público que rodea al centro.

Fuente: Plan de Equipamientos e Infraestructuras Culturales de Córdoba, s.f.

El contexto social y económico corresponde al Distrito Centro, de alto poder adquisitivo y clase social media-alta. Sin embargo, debido a su carácter de centro de enseñanzas de Régimen Especial, su alumnado no está compuesto únicamente por habitantes de este distrito, sino que aglutina muchas otras realidades sociales al atraer estudiantes de toda la provincia.

2.4.4. Análisis del perfil de la comunidad educativa.

La **Tabla 8** describe los sectores y órganos de participación que componen la escuela:

Perfil de la comunidad educativa de la Escuela de Arte Mateo Inurria.		
Sectores:	Formado por:	Participación a través de:
Profesores y Maestros de Taller.	<ul style="list-style-type: none"> - Claustro de profesores. - Departamentos didácticos. - Departamentos de Familia Profesional. - Departamento de orientación, formación, evaluación e innovación educativa. - Departamentos transversales (actividades extraescolares, evaluación). - Departamento de extensión Cultural y promoción artística. - Equipo técnico de coordinación pedagógica (E.T.C.P.). - Equipos educativos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Claustro de profesores. - Departamentos. - Consejo Escolar: <ul style="list-style-type: none"> o Director/a del centro (presidente/a). o Jefe de Estudios. o Concejal o representante del Ayuntamiento. o Seis profesores elegidos por el Claustro. o Tres padres de alumnos/as menores de 18 años elegidos entre los mismos y uno de ellos designado por la APA más representativa del centro. o Cuatro alumnos/as elegidos entre los mismos. o Representante del personal de administración y servicios. o Secretario del centro como secretario del Consejo Escolar. Con voz, pero sin voto.
Personal de Administración y Servicios. (P.A.S.).	<ul style="list-style-type: none"> - Administrativos. - Conserjes/Ordenanzas. - Personal de limpieza. 	Representantes del P.A.S. en el Consejo Escolar.
Alumnado.	<ul style="list-style-type: none"> - Delegado y subdelegado. - Junta de delegados. 	Representantes de alumnos en el Consejo Escolar. Juntas de delegados.
Familias del alumnado.	<ul style="list-style-type: none"> - AMPA (Asociación de padres y madres de los alumnos). 	Representantes familias y AMPA en el Consejo Escolar.

Tabla 8. Sectores y órganos de participación del centro. Fuente: creación propia a partir de PEC.

2.4.4.1. Perfil del alumnado.

El tipo de **alumnado** que accede al centro es **heterogéneo**. A nivel de centro también lo es en **edad, nivel socioeconómico y nivel formativo**. Procede en su mayor parte de la propia ciudad, aunque también de los pueblos de la provincia. Suele poseer un **alto grado de motivación** con respecto a los estudios elegidos, con una sensibilidad especial para la actividad artística. No obstante, dado que puede influir en el proceso de enseñanza-aprendizaje, habrá que tener en cuenta también a nivel de aula tanto la procedencia formativa como la situación familiar, socioeconómica, personal o laboral. Existe una pequeña representación de alumnado cuya familia procede de otras culturas. Esta variedad y diversidad propicia el intercambio de ideas y favorece la tolerancia, integración y la diversidad. A nivel de centro se distingue entre alumnado de Bachillerato, alumnado de Ciclos de Grado Superior y alumnado de Estudios Superiores de Diseño. En la siguiente **Tabla 9** se resume el perfil de acceso del alumnado de los CFGS del centro.

Alumnado de CFGS de Escuela de Arte Mateo Inurria.	
Perfil alumnado:	Características y procedencia:
Joven - 18-19 años.	Estudios de bachillerato. Siguen la formación reglada.
Joven - 20-25 años.	Completa su formación después de haber estado en otros niveles del sistema educativo. Pueden proceder de licenciaturas o grados.
Mayor de 25 años.	Sin requisitos académicos que acceden por vocación y ocupación de su tiempo libre.

Tabla 9. Perfil del alumnado de Ciclos Formativos de Grado Superior. Fuente: creación propia a partir de PEC.

2.4.5. Análisis de las enseñanzas.

El propósito de las enseñanzas impartidas en la Escuela de Arte es el ejercicio de una profesión. Respecto al mercado laboral, ejercer una actividad profesional de carácter artístico sería lo deseable y los Ciclos Formativos tienen en cuenta este aspecto fundamental: poder inscribirse en el mercado de trabajo de forma natural. La Escuela, por tanto, fomenta las sinergias entre la formación y el mercado de trabajo en sus enseñanzas profesionales.

El horario lectivo se extiende ininterrumpidamente desde las 8:30 a las 21:30 h. de lunes a viernes. El turno de mañana se extiende de 8:30 a 15:00 h y el de la tarde de 15:00 a 21:00 h. En la siguiente **Tabla 10**, se presenta el resumen de enseñanzas impartidas en el centro:

Enseñanzas impartidas en la Escuela de Arte Mateo Inurria.		
Etapa:	Enseñanza:	Título:
Secundaria.	Bachillerato de Artes plásticas, diseño e imagen.	Título de Bachiller.
Educación Superior.	<ul style="list-style-type: none"> - Ciclos Formativos de Grado Superior de Artes Plásticas y Diseño (2 cursos. Ratios de 1/30 – 1/15): <ul style="list-style-type: none"> o CFGS Técnicas escultóricas en Piel. (LOE) – tarde. o CFGS Técnicas escultóricas en Madera. (LOE) – tarde. o CFGS Mobiliario (LOGSE) – mañana. o CFGS Arquitectura Efímera (LOGSE) – mañana. o CFGS Proyectos y dirección de obras de decoración (LOGSE) – mañana. o CFGS Fotografía (LOE) – mañana. o CFGS Gráfica Publicitaria (LOE) – mañana. o CFGS Ilustración (LOE) – tarde. - Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño Gráfico (LOE) – tarde (4 cursos. 60 créditos ECTS. Ratios 1/10 – 1/20). 	<p>Título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en cada especialidad.</p> <p>Título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria.</p> <p>Título Superior de Diseño en Diseño Gráfico.</p>

Tabla 10. Escuela de Arte Mateo Inurria: Análisis de enseñanzas. Fuente: creación propia a partir de PEC.

Las titulaciones superiores responden a un perfil adaptado al entorno y al mercado laboral por lo que es crucial que el centro se comprometa en la búsqueda de oportunidades para el alumnado a través de la realización del módulo de prácticas y otras actividades que busquen la vinculación de la Escuela de Arte con los sectores productivos de la ciudad.

En la siguiente **Tabla 11** se analizan las enseñanzas regladas de formación profesional del centro en correlación con el sector productivo o cualificación profesional correspondiente.

Enseñanzas de Formación Profesional en la Escuela de Arte Mateo Inurria.		
Familia Profesional:	Enseñanza:	Sector
Comunicación gráfica y audiovisual.	- CFGS Fotografía (LOE). - CFGS Gráfica Publicitaria (LOE). - CFGS Ilustración (LOE).	Publicidad y artes gráficas (alta demanda por parte del alumnado).
Escultura.	- CFGS Técnicas escultóricas en Piel. (LOE)	Manufacturas de cordobanes y guadamecés (recuperación del patrimonio y nuevas experiencias y aplicaciones de este material).
	- CFGS Técnicas escultóricas en Madera. (LOE).	Industria de la madera (diseño proyectual de mobiliario para todos los segmentos de producción).
Diseño industrial.	- CFGS Mobiliario (LOGSE).	
Diseño de Interiores.	- CFGS Arquitectura Efímera (LOGSE) - CFGS Proyectos y dirección de obras de decoración (LOGSE).	Construcción.

Tabla 11. Escuela de Arte Mateo Inurria: Análisis de los CFGS. Fuente: creación propia a partir de PEC.

2.4.6. Instalaciones.

El inmueble ocupa por completo la manzana y se organiza en dos cuerpos en L. La edificación se divide en dos plantas hacia la plaza y tres hacia el jardín. Las plantas tienen gran altura y en planta, uno de los cuerpos en su extremo cuenta con una escalera de gran escala, dividida en tres tramos y cubierta con una bóveda de pañuelo de lunetos ciegos.

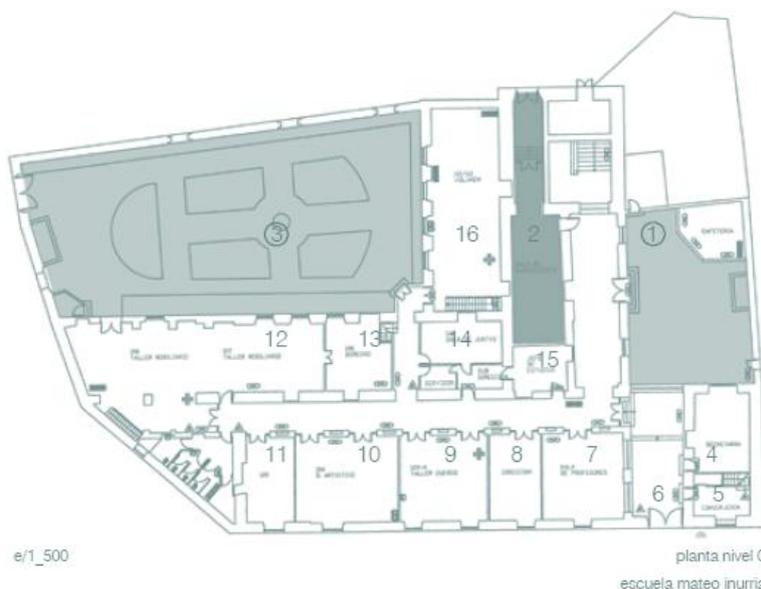


Figura 4. Planta de acceso de la Escuela Mateo Inurria.

Espacios disponibles:

1. Patio.
2. Sala Mateo Inurria.
3. Jardín.
4. Secretaría.
5. Conserjería.
6. Vestíbulo.
7. Sala de Profesores.
8. Dirección.
9. Taller.
10. Taller.
11. Taller.
12. Taller.
13. Derecho.
14. Sala de Juntas.
15. Jefe de estudios.
16. Aula.

Fuente: Fundación Arquitectura Contemporánea (s.f.)

Este equipamiento, **Figura 4**, cuenta además con una sala de exposiciones con un acceso independiente al edificio docente que posee una programación continuada a lo largo del año y colabora con entidades públicas como la Universidad de Córdoba.

El edificio no está adaptado a las necesidades de las enseñanzas que se imparten en el centro. Se añade además el problema de **no estar adaptado para alumnado con movilidad reducida** salvo en la planta baja. Tal y como se recoge en su plan de centro, cuenta también

con tres personas de movilidad reducida entre profesorado y personal de administración por lo que la organización de espacios se hace en planta baja en función de estas necesidades. En la **Tabla 12** se indican las instalaciones disponibles del centro.

Instalaciones disponibles en la Escuela de Arte Mateo Inurria.	
Personal:	Espacio y uso:
Administración y servicios:	<ul style="list-style-type: none"> - Conserjería y Secretaría. - Habitación vestuario del servicio de mantenimiento y limpieza. - Almacenes de productos de limpieza y almacenes para enseres y mobiliario. - Archivo.
Profesorado:	<ul style="list-style-type: none"> - Despachos de dirección, de subdirección, de jefatura de estudios. - Sala de profesores (es un espacio de uso exclusivo del profesorado).
Alumnado:	<ul style="list-style-type: none"> - Biblioteca (que funciona también como sala de estudio y trabajo). - Sala de exposiciones. - Aulas. <ul style="list-style-type: none"> ○ Aulas Específicas: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Talleres. ▪ Informática. ▪ Dibujo Artístico. ▪ Volumen. ▪ Proyectos. ○ Aulas no específicas: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Teórico-prácticas. ▪ Teóricas. - Laboratorios.
Comunitario:	<ul style="list-style-type: none"> - Cafetería, patio y jardín.

Tabla 12. Instalaciones de la Escuela de Arte Mateo Inurria. Fuente: creación propia a partir de PEC.

2.5. Justificación del CFGS en Gráfica Publicitaria y módulo elegido.

La **formación en creatividad** supone un objetivo primordial para el **desarrollo social y la futura inserción en el mercado laboral** del alumnado y, en este aspecto, la formación artística es fundamental, sobre todo en un momento en el que el desarrollo tecnológico parece que amenaza el futuro de muchas profesiones susceptibles de ser suplantadas por el desarrollo de la inteligencia artificial y el *big data*. Estas enseñanzas se centran en el fomento del desarrollo de competencias necesarias para el futuro desempeño profesional.

El alumnado de los CFGS, según el anexo I del Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, debe ser capaz de *evaluar y resolver problemas y contingencias en contextos variados y generalmente no previsibles con comprensión crítica, transferencia de saberes y capacidad para la innovación y la creatividad*. Se ha escogido para ello el **Módulo de Proyectos de Gráfica Publicitaria** impartido en el **1^{er} curso del CFGS en Gráfica Publicitaria**, que permite integrar en el desarrollo de proyectos el conocimiento adquirido en los demás módulos y simular contextos laborales que favorecen el aprendizaje en la resolución de problemas con creatividad e innovación. En particular, el Módulo de Proyectos de Gráfica Publicitaria permite **trabajar las competencias de manera interdisciplinar y flexible** y llevar a la práctica de forma cooperativa y autónoma proyectos de gráfica publicitaria tal y

como se desarrollaría en un departamento creativo empresarial. En la siguiente **Tabla 13** se presentan los módulos impartidos en el ciclo y se seleccionan, en verde, las características principales del módulo que se desarrolla en esta programación.

MODULOS	RATIO	1 ^{ER} CURSO			2 ^º CURSO		
		HORAS TOTALES	HORAS SEMANALES	CRÉD. ECTS	HORAS TOTALES	HORAS SEMANALES	CRÉD. ECTS
1 Fundamentos de la representación y la expresión visual	1/30	140	4	9	-	-	-
2 Teoría de la imagen	1/30	70	2	5	-	-	-
3 Medios informáticos	1/15	165	5	9	-	-	-
4 Fotografía	1/15	65	2	3	98	4	4
5 Historia de la imagen publicitaria	1/30	100	3	5	-	-	-
6 Tipografía	1/15	140	4	8	98	4	5
7 Fundamentos del diseño Gráfico	1/30	140	4	8	-	-	-
8 Teoría de la publicidad/marketing	1/30	-	-	-	130	5	7
9 Lenguaje y tecnología audiovisual	1/15	70	2	4	130	5	7
10 Proyectos de gráfica publicitaria	1/15	140	4	9	196	8	14
11 Formación y orientación laboral	1/30	-	-	-	98	4	5
12 Proyecto integrado	1/30	-	-	-	70	-	6
Formación práctica empresa	-	-	-	-	150	-	12
TOTAL		1030	30	60	970	30	60

Tabla 13. CFGS Gráfica Publicitaria: Distribución, ratio y créditos. Módulo seleccionado. F.: Orden 23/06/2014.

2.6. Programación didáctica: Proyectos de Gráfica Publicitaria.

La programación se establece a partir de la legislación vigente, **adaptada al contexto del centro y del aula**. Se fijan unos **objetivos didácticos para el grupo-clase** en cada una de las unidades didácticas y no existen competencias clave, sino **competencias profesionales, personales y sociales** y unas competencias básicas con las que el alumnado debe contar al inicio de sus estudios. En la siguiente **Tabla 14** se clasifican los distintos tipos de objetivos y en las tablas (**Tabla 15**, **Tabla 16** y **Tabla 17**) se detallan y enumeran cada uno de ellos:

Clasificación de Objetivos de CFGS en Gráfica Publicitaria.			
	Denominación.	Legislación.	Detalle.
E	Objetivos Generales de las Enseñanzas.	Artículo 3 del Decreto 326/2009, de 15 de septiembre, por el que se establece la ordenación general de las enseñanzas profesionales de artes plásticas y diseño en Andalucía.	Objetivos generales que deben cumplir todas las enseñanzas profesionales de artes plásticas y diseño en Andalucía.
OG	Objetivos Generales del CFGS Gráfica Publicitaria.	Anexo V.3 de la Orden de 23 de junio de 2014, por la que se desarrolla el currículo del título de Técnico Superior en Gráfica Publicitaria.	Objetivos generales del CFGS en Gráfica Publicitaria. Las debe haber adquirido el alumnado al finalizar sus estudios.
OE	Objetivos Específicos del Módulo.	Anexo V.4 de la Orden de 23 de junio de 2014, por la que se desarrolla el currículo del título de Técnico Superior en Gráfica Publicitaria.	Objetivos específicos que se deben alcanzar en el módulo de Proyectos de Gráfica Publicitaria.
OD	Objetivos Didácticos.	Se definen a nivel de aula por el docente, en el cuarto nivel de concreción curricular.	Se definirán en cada una de las unidades didácticas.

Tabla 14. Clasificación de objetivos en Gráfica Publicitaria. Fuente: creación propia a partir de legislación.

2.6.1. Objetivos generales de las enseñanzas.

Objetivos generales de las enseñanzas de Artes Plásticas y Diseño (en adelante E).			
Capacidad.	Objeto (qué).	Finalidad (cómo y para qué).	
E1	Desarrollar	la competencia propia de cada título e iniciar la práctica profesional...	...con garantías de calidad, eficacia y solvencia.
E2	Valorar	las artes plásticas así como el enriquecimiento que para ellas suponen los oficios y procedimientos artísticos tradicionales y actuales...	...por su importancia como lenguaje creativo universal y como medio de expresión cultural.
E3	Favorecer	la renovación de las artes y las industrias culturales...	...a través de la reflexión estética y el dominio de los procedimientos artísticos de realización.
E4	Desarrollar y utilizar	el potencial emprendedor, de autoaprendizaje y de adaptación a la evolución de las concepciones artísticas y de los procesos técnicos cauces de información y formación continuada...	...relacionados con el ejercicio de su profesión y con el desempeño de iniciativas personales y profesionales.
E5	Comprender	la organización y características de su ámbito profesional, los aspectos legislativos que inciden en las relaciones laborales del sector profesional correspondiente, así como los mecanismos básicos y específicos de inserción profesional.	(para el correcto ejercicio profesional)
E6	Desarrollar	habilidades y destrezas especialmente aquellas relativas a las tecnologías de la información y comunicación, los idiomas, el trabajo en equipo y la prevención de riesgos laborales...	...en las áreas prioritarias contempladas dentro de las directrices marcadas por la Unión Europea.

Tabla 15. Objetivos generales de las enseñanzas. Fuente: creación propia a partir de la legislación.

2.6.2. Objetivos generales de CFGS de Gráfica Publicitaria.

Objetivos generales CFGS Gráfica Publicitaria (en adelante OG).			
Capacidad.	Objeto (qué).	Finalidad (para qué).	
OG1	Identificar	las necesidades comunicativas planteadas en una propuesta audiovisual...	... con el fin de utilizar los recursos gráficos más adecuados.
OG2	Idear, planificar y realizar	productos de gráfica publicitaria atendiendo a los objetivos comunicativos del proyecto y llevando a cabo los controles de calidad correspondientes...	...a fin de optimizar recursos.
OG3	Resolver	los problemas expresivos, formales, funcionales y técnicos que se presenten en el proceso de diseño y realización de la propuesta gráfica.	(afrentar adecuadamente el proceso de diseño y propuesta gráfica)
OG4	Resolver	los problemas de ejecución, organización, gestión y control del proceso de producción gráfica.	(afrentar adecuadamente el proceso de producción gráfica)
OG5	Desarrollar	método, rigor y capacidad de comunicación	...para la presentación y defensa de una idea o proyecto.
OG6	Interpretar y valorar	la evolución de las tendencias estéticas en la imagen publicitaria los condicionantes simbólicos, culturales y comunicativos...	...que contribuyen a configurar la forma idónea del mensaje.
OG7	Valorar e integrar	en la propuesta gráfica los elementos informativos, identificativos y persuasivos...	...adecuados a los objetivos comunicativos del proyecto.
OG8	Conocer y saber gestionar	las especificaciones técnicas en los procesos de reproducción...	...para garantizar la calidad y competitividad del producto gráfico en el mercado.
OG9	Seleccionar y producir	las fuentes y documentación necesaria...	...para gestionar la realización del proyecto gráfico publicitario.
OG10	Realizar	productos gráficos publicitarios con el nivel calidad comunicacional, técnica y artística...	...(para seguir estándares) exigibles en el sector profesional

OG11	Adaptarse	a los cambios tecnológicos y organizativos del sector	en condiciones de competitividad
OG12	Buscar, seleccionar y utilizar	fuentes de información y formación continua...	...relacionadas con el ejercicio profesional
OG13	Comprender y aplicar	el marco legal y normativo...	...que regula y condiciona la actividad profesional
OG14	Valorar y aplicar	los principios de la ética profesional en el desarrollo de la actividad profesional, su gestión y administración.	(para el correcto ejercicio profesional)
OG15	Adquirir	método y rigor en la presentación y defensa de una idea o un proyecto ante el cliente y/o equipo de trabajo.	(para el correcto ejercicio profesional)
OG16	Iniciarse y atender	en la búsqueda de y procesos creativos relacionados con la comunicación a la creatividad gráfica y comunicativa.	(para el correcto ejercicio profesional)
OG17	Valorar	el trabajo como oportunidad de búsqueda y experimentación con formas, soportes y materiales, de creatividad, comunicación y expresión artística personal.	(para el correcto ejercicio profesional)

Tabla 16. Objetivos generales CFGS Gráfica Publicitaria. Fuente: creación propia a partir de la legislación.

2.6.3. Objetivos específicos del módulo de Proyectos de Gráfica Publicitaria.

Proyectos de Gráfica Publicitaria. Objetivos específicos (en adelante OE).			
	Capacidad.	Objeto (qué).	Finalidad (para qué).
OE1	Conocer	las metodologías propias de la especialidad...	...y saber llevarlas a cabo en diferentes proyectos de gráfica publicitaria.
OE2	Planificar y desarrollar Realizar	el proceso proyectual de supuestos prácticos de la especialidad los controles de calidad...	...para permitir solucionar los problemas técnicos, artísticos y comunicativos que se presenten.
OE3	Integrar	los contenidos de los otros módulos en la realización de proyectos de gráfica publicitaria...	...y emitir un juicio crítico argumentado respecto al propio trabajo y resultados
OE4	Planificar y desarrollar	la realización de las diferentes fases de un proyecto de gráfica publicitaria correctamente...	...y desarrollarlo hasta la obtención de un producto gráfico de calidad técnica, artística y comunicativa.
OE5	Valorar	la realización de trabajos de gráfica publicitaria...	...como oportunidad de experimentación, creatividad, comunicación y expresión artística personal.
OE6	Iniciarse	en la búsqueda de un estilo y discurso estético propio...	...para expresar gráficamente mensajes publicitarios.
OE7	Dominar	las tecnologías propias de la gráfica publicitaria...	...para la ideación y el desarrollo de proyectos gráficos de calidad exigible a nivel profesional.
OE8	Conocer	la normativa específica de aplicación a su especialidad.	(para el correcto desempeño de la profesión)
OE9	Apreciar	el trabajo en grupo, siendo capaz de aportar ideas propias, y respetar las ajenas...	...como sistema de mejora y perfeccionamiento del proyecto.
OE10	Dirigir y gestionar	la imaginación, expresividad y creatividad personal ideas propias, y respetar las ajenas...	...en la definición y desarrollo del proyecto.
OE11	Aplicar	las técnicas adecuadas de realización de los modelos y de los posibles prototipos del proyecto.	(para el correcto desempeño de la profesión)
OE12	Presentar y argumentar	los proyectos y las soluciones adoptadas en base a sus aspectos formales, funcionales, técnico-productivos y de contexto.	(hacerlo) adecuadamente.

Tabla 17. Objetivos específicos. Proyectos de Gráfica Publicitaria. Fuente: creación propia a partir de la legislación.

2.6.4. Competencias básicas y propias de los CFGS. Competencias generales. Competencias profesionales, personales y sociales⁵.

Las **Tablas 18 y 19** recogen la adquisición de competencias, reguladas por la legislación:

Tipología de las competencias que se deben tener en cuenta para la programación.			
Clasificación de Competencias de CFGS en Gráfica Publicitaria.			
Denominación.	Legislación.	Detalle.	
CB Competencias básicas.	RD 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional. Anexo III.	Competencias básicas con las que debería contar el alumnado que ingresa en los CFGS. Serán imprescindibles para la evaluación inicial del alumnado.	
CC Competencias propias.	RD 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional. Anexo I.	Competencias propias de los Ciclos Formativos de Grado Superior.	
CG Competencias generales profesionales, personales y sociales.	RD 1431/2012, de 11 de octubre, Anexo I, y Orden 23 de junio 2014, que desarrolla el currículo del título de TS en Gráfica Publicitaria. Anexo V.	Competencias profesionales generales del CFGS en Gráfica Publicitaria. Son las competencias que debe haber adquirido el alumnado al finalizar sus estudios.	
CP Competencias profesionales, personales y sociales.	RD 1431/2012, Anexo I, y Orden 23 de junio 2014, Anexo V. Ley Orgánica 5/2002, 19 de junio, de Cualificaciones y de la Formación profesional.	Competencias profesionales del CFGS en Gráfica Publicitaria específicas del módulo Proyectos de Gráfica Publicitaria.	

Tabla 18. Competencias del CFGS Gráfica Publicitaria. Tipología. Fuente: creación propia a partir de legislación.

Competencias para la programación didáctica de Proyectos de Gráfica Publicitaria.			
Competencias básicas para alumnado que ingresa a los Ciclos formativos de Grado Superior (en adelante CB).			
Abreviatura.	Denominación.		
CB1.	TICD	Tratamiento de la información y competencia digital.	
CB2.	CCL	Competencia en comunicación lingüística.	
CB3.	CCIMF	Competencia en el conocimiento y la interacción con el mundo físico.	
CB4.	CSC	Competencia social y ciudadana.	
Competencias propias de los Ciclos formativos de Grado Superior (en adelante CC).			
Habilidad.	Objeto (qué).	Cómo lograrlo / Finalidad.	
CC1.	Definir, planificar, organizar	procesos y procedimientos de trabajo...	...con autonomía en su campo profesional.
CC2.	Evaluar y resolver	problemas y contingencias en contextos variados y generalmente no previsibles...	...con comprensión crítica, transferencia de saberes y capacidad para la innovación y la creatividad.
CC3.	Supervisar	objetivos, técnicas y resultados del trabajo personal y de los miembros del equipo...	...con liderazgo y espíritu de mejora, garantizando la calidad del proceso y del producto o servicio.
CC4.	Aplicar e integrar	tecnologías y conocimientos avanzados o especializados...	...en los procesos de trabajo.
CC5.	Adaptarse	a las nuevas situaciones laborales, manteniendo actualizados los conocimientos científicos, técnicos y tecnológicos relativos a su entorno profesional...	...gestionando su formación y los recursos existentes en el aprendizaje a lo largo de la vida, especialmente utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.

⁵ Denominación de las competencias de las enseñanzas profesionales de artes plásticas según artículo 28.b. del Decreto 360/2011, de 7 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de las Escuelas de Arte.

CC6.	Comunicarse	con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad...	...utilizando vías eficaces de comunicación, transmitiendo la información o conocimientos adecuados y respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.
CC7.	Generar	entornos seguros en el desarrollo de su trabajo y el de su equipo...	...supervisando y aplicando los procedimientos de prevención de riesgos laborales y ambientales, de acuerdo con lo establecido por la normativa y los objetivos de la empresa.
CC8.	Realizar	la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa...	...en su actividad profesional con sentido de la responsabilidad social.
CC9.	Ejercer	los derechos y obligaciones derivadas de la actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente...	...participando activamente en la vida económica, social y cultural.
Perfil Profesional. Competencia general profesional (en adelante CG).			
Competencia profesional: Conjunto de conocimientos y capacidades que permiten el ejercicio de la actividad profesional conforme a las exigencias de la producción y el empleo (Ley Orgánica 5/2002, 19 de junio).			
	Habilidad.	Objeto (qué).	Finalidad.
CG1.	Proponer y realizar	soluciones gráficas...	...para transmitir mensajes publicitarios por encargo de empresas, instituciones u otros profesionales.
CG2.	Planificar	el desarrollo del proyecto de imagen publicitaria desde la identificación del encargo comunicativo, la definición de los aspectos formales y estéticos, funcionales y técnicos,...	...hasta la realización del producto gráfico acabado.
CG3.	Organizar y llevar a cabo	las diferentes fases del proyecto y los correspondientes controles de calidad...	...que garanticen la expresión gráfica óptima del mensaje.
Perfil Profesional. Competencias profesionales (en adelante CP).			
	Habilidad.	Objeto (qué).	Finalidad.
CPa	Llevar a cabo	proyectos gráficos publicitarios...	...de manera autónoma con el nivel de calidad exigible profesionalmente.
CPb	Comunicar	mediante recursos gráficos...	...ideas y mensajes publicitarios eficientemente.
CPc	Dotar	al producto gráfico publicitario de los elementos persuasivos, informativos y/o identificativos...	...adecuados a los objetivos del encargo.
CPd	Solucionar	mediante recursos gráficos y tipográficos...	...los aspectos formales y comunicativos de mensajes publicitarios.
CPe	Planificar y realizar y llevar a cabo	proyectos de gráfica publicitaria en todas sus fases los controles de calidad correspondientes...	...para la obtención de un producto gráfico de calidad técnica, artística y comunicativa.
CPf	Definir	los aspectos formales y funcionales del mensaje publicitario...	...en un soporte gráfico.
CPg	Transmitir realizar	la información adecuada para los procesos de reproducción el seguimiento y control de calidad correspondiente...	...con precisión hasta conseguir un resultado impreso idóneo.
CPH	Conocer y cumplir	la normativa que regula la actividad profesional.	(para el correcto desempeño de la profesión).

Tabla 19. Competencias básicas, propias y profesionales. Fuente: creación propia a partir de legislación.

2.6.5. Temporalización de las unidades didácticas y secuenciación de contenidos.

El módulo **Proyectos de Gráfica Publicitaria**, en el 1^{er} curso del CFGS, cuenta con un total de **140 h.** y una distribución de **4 horas lectivas semanales**, tal y como se especifica en la Orden de 23 de junio de 2014 que desarrolla su currículo. Se agruparán las clases en **2 sesiones semanales de 2 h.**

La **Tabla 20** muestra los **bloques de contenidos y su distribución** en las **12 unidades didácticas** (UD) de la programación, teniendo en cuenta los objetivos y competencias del módulo y ordenados para lograr un aprendizaje temático gradual, de menor a mayor complejidad.

Bloques de Contenidos.	Organización en 12 Unidades Didácticas.
1.º La gráfica publicitaria y su vinculación con otras disciplinas y ámbitos del diseño, interrelaciones. El papel del diseñador como intérprete comunicador.	UD0 _1.º La gráfica publicitaria (introducción). C
2.º La acción y el mensaje persuasivo. Comunicación persuasiva y manipulación. Recursos persuasivos: técnicas reglas y procedimientos. La persuasión ideológica o propaganda. La persuasión comercial o publicidad.	UD1 _1.º La gráfica publicitaria y su vinculación con otras disciplinas y ámbitos del diseño, interrelaciones. El papel del diseñador como intérprete comunicador. C UD2 _2.º La acción y el mensaje persuasivo. Comunicación persuasiva y manipulación. Recursos persuasivos: técnicas reglas y procedimientos. C, P, A
3.º Los procedimientos retóricos. Semiótica publicitaria. Imagen publicitaria y la imagen artística. Imagen y realidad. Imagen persuasiva. Credibilidad.	UD3 _3.º Los procedimientos retóricos. Semiótica publicitaria. Imagen y realidad. C, P UD4 _2.º La persuasión ideológica o propaganda. La persuasión comercial o publicidad. 3.º Imagen publicitaria y la imagen artística. Imagen persuasiva. Credibilidad. C, P, A
4.º Arquitectura gráfica. Jerarquías informativas del mensaje. Coherencia formal y funcional.	UD5 _5.º El diseño editorial y sus objetivos. Anatomía de una publicación. Tipos de publicaciones. C, P
5.º El diseño editorial y sus objetivos. Anatomía de una publicación. Retícula tipográfica. Tipos de retícula. El funcionamiento del texto. Diseñar sin retícula. Tipos de publicaciones.	UD6 _4.º Arquitectura gráfica. Jerarquías informativas del mensaje. Coherencia formal y funcional. C, P UD7 _5.º Retícula tipográfica. Tipos de retícula. El funcionamiento del texto. Diseñar sin retícula. P
6.º Identidad visual corporativa. Realización de la investigación. <i>Brief</i> y <i>briefing</i> . Identidad e Imagen Corporativa. El logotipo y la marca gráfica. Definición de la Imagen de empresa. Identidad de productos. Identidad de empresa.	UD8 _6.º Identidad visual corporativa. Realización de la investigación. <i>Brief</i> y <i>briefing</i> . Identidad e Imagen Corporativa. El logotipo y la marca gráfica. 9.º El Anagrama. El slogan. 6.º Identidad de productos. 7.º La comunicación de la marca en sus diferentes aplicaciones. <i>Packaging</i> . C, P
7.º La comunicación de la marca en sus diferentes aplicaciones. <i>Packaging</i> .	UD9 _6.º Definición de la Imagen de empresa. Identidad de empresa. 8.º La arquitectura de marca. Implementación de una marca. C, P
8.º La arquitectura de marca. Implementación de una marca.	UD10 _9.º El manual de identidad visual corporativo. Signos de Identidad de la Empresa. Principios de la Identidad Visual Corporativa. Funciones de la Identidad Visual Corporativa. El manual de Identidad Visual Corporativo. El Anagrama. El slogan. P, A
9.º El manual de identidad visual corporativo. Signos de Identidad de la Empresa. Principios de la Identidad Visual Corporativa. Funciones de la Identidad Visual Corporativa. El manual de Identidad Visual Corporativo. El Anagrama. El slogan.	UDP _Unidad permanente. Se tratarán temas transversales. A
Contenidos: Apartado 4.1 anexo V de la Orden de 23 de junio de 2014 por la que se desarrolla el currículo.	

Tabla 20. Proyectos de Gráfica Publicitaria. Distribución de bloques de contenidos en unidades didácticas.

En la siguiente **Tabla 21** se indica la **secuenciación de las U.D.** en cada trimestre y se especifica el **número de horas de cada unidad didáctica.**

Proyectos de Gráfica Publicitaria (1 ^{er} curso).		
Secuenciación de Unidades Didácticas* (para distribuir en sesiones de 2h dos días a la semana).		
1 ^{er} Trimestre (66 días lectivos).	2 ^o Trimestre (58 días lectivos).	3 ^{er} Trimestre (54 días lectivos).
UD0. Unidad de Evaluación Inicial. Explorando la comunicación visual: si yo fuera una marca... Introducción a la gráfica publicitaria. (8h)	UD5. Una ciudad de revista: Diseño Editorial y publicaciones. (10h)	UD9. Más allá de una buena imagen: Identidad de empresa y arquitectura de marca. (12h)
UD1. ¿Qué hace un diseñador? La gráfica publicitaria y el papel del diseñador. (10h)	UD6. Construir sin ladrillos: Arquitectura gráfica y jerarquías informativas. (8h)	UD10. El manual de identidad visual corporativo. (26h)
UD2. Acción, Mensaje y Comunicación persuasiva. (10h)	UD7. La magia del orden: Réticula tipográfica. Tipos de retícula. El funcionamiento del texto. Diseñar sin retícula. (10h)	* <i>Secuenciación heterogénea-no equidistante</i> donde cada unidad tiene distinto peso y, por tanto, tiempos distintos. Se puntualiza que la <i>ordenación</i> prevista será <i>flexible</i> e individualizada para poder adaptar las enseñanzas a la diversidad del alumnado.
UD3. Expandir la mirada: Retórica, semiótica e imagen. (8h)	UD8. Identidad visual corporativa. Comunicación de marca. (18h)	
UD4. Conociendo nuestra sociedad: Propaganda y publicidad. (14h)		
UDP. (Unidad Permanente): Workshop “una ciudad para imaginarla”. Elementos transversales. Córdoba en igualdad. (2h) Diseñar con-ciencia(s). (2h) No te pongas flamenco. (2h).		
Horas de clase por trimestre: (52h)	(48h)	(40h)

Tabla 21. Proyectos de Gráfica Publicitaria. Secuencia, título y horas totales por trimestre de las UD.

En la **Figura 5** se ha ilustrado la distribución semanal de las UD en el calendario escolar.

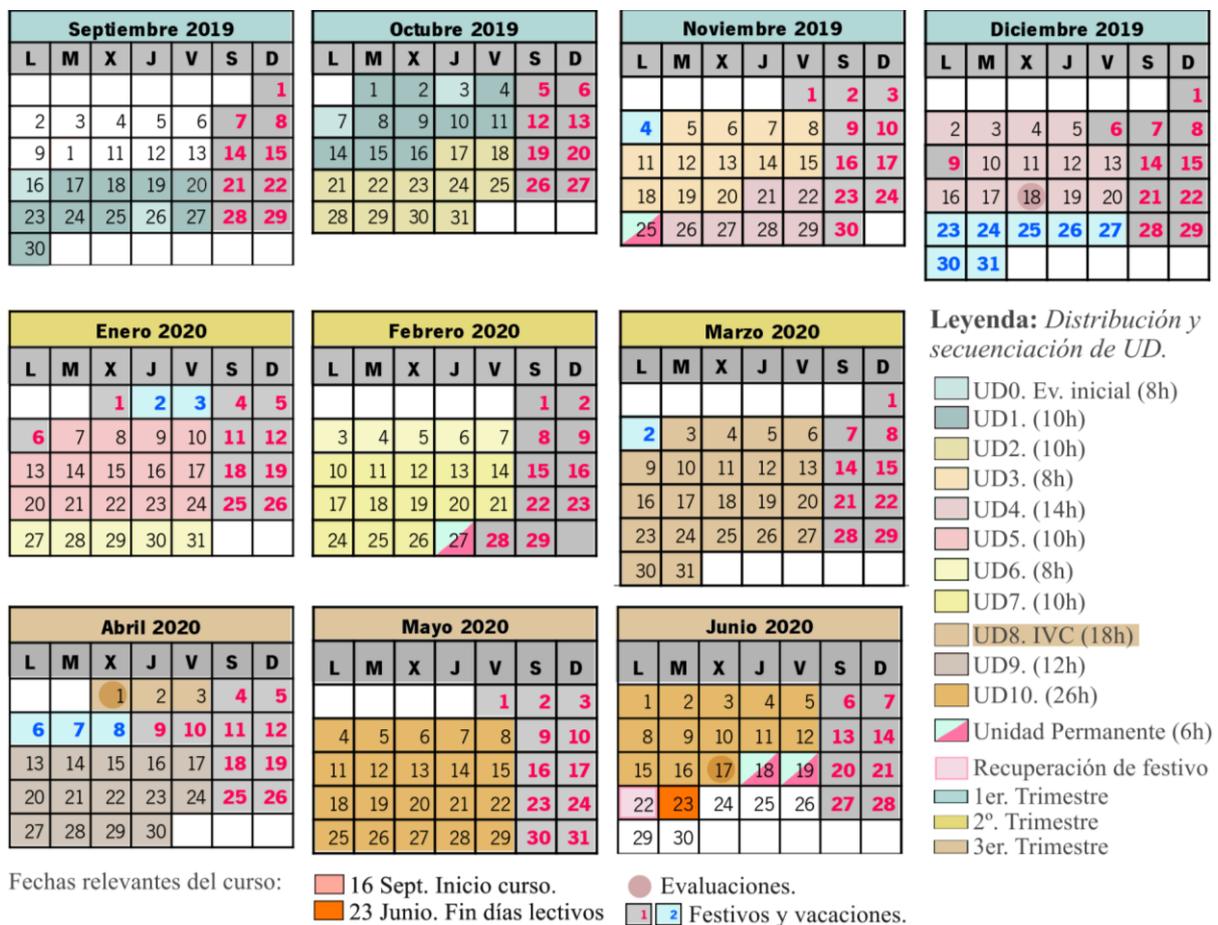


Figura 5. Distribución semanal de las unidades didácticas del módulo en el calendario escolar.

2.6.6. Elementos transversales del currículo.

En sus artículos 39 y 40, la LEA recoge el tratamiento de los elementos transversales que incluye la **educación en valores** y la **cultura andaluza**. Por otro lado, en el artículo 23.3.c del Decreto 360/2011, de 7 de diciembre, se especifica que se debe incluir en los módulos la **educación en valores**, integrando **la igualdad de género como un objetivo primordial**.

Finalmente, según el artículo 6 del Decreto 326/2009, de 15 de septiembre, los ciclos formativos de artes plásticas y diseño incorporarán los contenidos necesarios para una eficaz **prevención de los riesgos laborales** derivados del ejercicio profesional, así como aquellos vinculados a la **protección medioambiental** y al **tratamiento, aprovechamiento y eliminación de residuos** derivados de la actividad profesional correspondiente. En Proyectos de Gráfica Publicitaria se incluirán en el currículo tal y como se indica en la **Tabla 22**.

Elementos transversales en Proyectos de Gráfica Publicitaria.	
Temas:	Características y procedencia:
Igualdad de género.	Para favorecer la igualdad efectiva entre hombres y mujeres, el docente fomentará la superación de las desigualdades por razón del género y apreciará la aportación de las mujeres al desarrollo de nuestra sociedad y al conocimiento . En la programación se trabajará este aspecto tanto en las dinámicas del aula entre el alumnado como a partir de la puesta en valor de figuras femeninas de referencia en el diseño como Barbara Kruger, Sylvia Harris, Deborah Sussman o Paula Scher.
Cultura andaluza.	Se centrará su tratamiento en el diseño ambiental , a partir de una concepción ecológica del diseño y en actividades relacionadas con el medio natural, la historia y la cultura. También, de forma específica, se tratará como hecho diferenciador de Andalucía el flamenco , a través de la elaboración de la campaña “no te pongas flamenco” de salud pública a través del flamenco .
Otros.	Se trabajarán los hábitos de vida saludable , la búsqueda del bienestar físico, mental y social para sí y para los demás, la educación para el consumo , el respeto a la interculturalidad , y a la diversidad a través de la unidad permanente.

Tabla 22. Tratamiento de los elementos transversales en Proyectos de Gráfica Publicitaria. Fuente: Creación propia.

2.7. Metodología. Orientaciones, estrategias metodológicas y actividades.

La metodología determina el **conjunto de normas y decisiones que organizan la acción didáctica**. En el artículo 13 del Real Decreto 596/2007, de 4 de mayo, se establece que:

La metodología didáctica de las enseñanzas profesionales de artes plásticas y diseño integrará los aspectos artísticos, científicos, técnicos, tecnológicos y organizativos que en cada caso correspondan, con el fin de que el alumnado adquiera una visión global de los procesos y procedimientos propios de la actividad profesional correspondiente.

Por otro lado, el Decreto 360/2011, de 7 de diciembre, en su artículo 28 especifica:

Las programaciones didácticas facilitarán la realización, por parte del alumnado, de **trabajos monográficos interdisciplinares** u otros de naturaleza análoga que impliquen a varios departamentos de coordinación didáctica.

2.7.1. ABP. Aprendizaje basado en proyectos y modelo de aprendizaje combinado.

Por todo lo anterior, se ha optado por una **metodología activa**, de **aprendizaje basado en proyectos** de **enfoque globalizador**, que desarrolle en el aula, a través de estudios de casos y propuestas de proyectos, los **métodos de trabajo que se utilizan en el ámbito profesional**.

Se ha procurado la proposición de casos reales para la resolución de problemas a través de **metodologías de proyectos de diseño** como el *Design Thinking* detectando en el entorno de la ciudad de Córdoba organismos con problemáticas a las que dar solución, a través de los que el alumnado pueda desarrollar sus capacidades y alcanzar las competencias profesionales.

La complejidad de los proyectos abordados aumentará de **manera gradual** en las distintas actividades. Al mismo tiempo se fomentará un **modelo de aprendizaje social cooperativo**, al desarrollar actividades en equipo, **conductual-instructivo**, de asimilación de contenidos y aplicación de estos y de procesamiento de la información (**cognitivo-constructivo**).

Esta metodología funcionará integrada con un **modelo de aprendizaje combinado** o *Blended Learning*; para el desarrollo del curso se contará con un **aula virtual** en *Moodle*, en la que el alumnado tendrá acceso a los materiales y recursos necesarios para su aprendizaje con la ventaja de poder volver sobre los contenidos trabajados en el aula e integrar también **dinámicas de aula invertida** con recursos audiovisuales para un **aprendizaje significativo**.

Será crucial y necesaria la **coordinación pedagógica** con otros módulos como **medios informáticos, fotografía** o **fundamentos del diseño gráfico** en los proyectos, para integrar los aprendizajes y hacer especial énfasis en el contenido procesual y procedimental.

2.7.2. Actividades y recursos educativos.

Las **actividades** son uno de los elementos principales que configuran la metodología pues ayudan a **garantizar el aprendizaje** del alumnado. Su buen planteamiento y organización en cuanto a espacio, tiempo, materiales y recursos aplicados a las características de nuestro grupo es crucial para alcanzar los objetivos, comprender, interiorizar y razonar los contenidos y adquirir las competencias exigidas.

Fomentar el aprendizaje autónomo, la investigación, la cooperación con los pares y la inquietud por nuevos aprendizajes debe ser la base para la creación de las mismas. El desarrollo de las distintas actividades se hará siempre de forma gradual; se partirá de las actividades de menor dificultad y se pasará posteriormente a las de mayor complejidad, facilitando la evolución del pensamiento de orden inferior al superior (de recordar, comprender, etc., a analizar, evaluar, crear, etc.), siguiendo la taxonomía descrita por Bloom (1956). En la siguiente **Tabla 23** se han descrito los principales tipos de actividades que utilizaremos en las distintas unidades didácticas.

Clasificación de actividades atendiendo a su intencionalidad educativa o momento en que se presentan.	
Actividades de iniciación o detección de los conocimientos previos.	
Actividades para conectar con los aprendizajes previos y con los intereses y necesidades del grupo.	
Tipos: <u>Introducción</u> (en adelante I): el docente presenta los objetivos de la sesión y los contenidos a tratar en el aula. <u>Dinámicas de grupo</u> (en adelante DG) actividades de exploración, creatividad, conocimiento entre el alumnado que fomentan la interacción y la construcción colectiva de aprendizajes y el desarrollo de competencias sociales. <u>Actividad focal introductoria</u> (en adelante AFI): se realiza al inicio de la clase para detectar conocimientos previos sobre el tema a tratar y aprovecharlos en un aprendizaje significativo; incluye visionado de material audiovisual o sonoro, debates breves, aula invertida, lluvia de ideas o <i>brainstorming</i> , etc.	
Actividades de desarrollo.	
Actividades planteadas para alcanzar objetivos y contenidos.	
Se incluyen: <u>exposición de contenidos</u> (EC): instrucción por parte del docente, fomentando la participación del alumnado. <u>Foro de debate</u> (FD): desarrollado tanto en clase como en el aula virtual. <u>Síntesis de contenidos</u> (SC): tanto por parte del docente como del alumnado, incluye mapas mentales, esquemas, modelo <i>canvas</i> para el desarrollo de los proyectos. <u>Desarrollo de ejercicios o proyectos</u> (DE, DP) para aplicar e innovar sobre los contenidos, llevados a la práctica y desarrollo de habilidades. Fomentar el aprendizaje autónomo y el uso de las TIC. <u>Actividad final o de cierre</u> (AC): síntesis de contenidos de la unidad, en el cuaderno de clase, realizando un portfolio digital (PD) o con actividad con preguntas breves y respuesta no calificable (PBR).	
Actividades de refuerzo y ampliación.	
Actividades planteadas para afianzar capacidades adquiridas y desarrollar nuevos contenidos.	
Se incluyen: ejercicios cortos, trabajos monográficos, bibliografía, filmografía, recursos didácticos multimedia, ejercicios en plataformas educativas, herramientas de didáctica para el diseño, etc.	
Actividades complementarias (dentro del horario) y extraescolares (fuera del horario).	
Se orientarán a objetivos y contenidos implícitos y explícitos.	
Incluyen: visitas a empresas locales, exposiciones, talleres, intervenciones, etc. integradas en la dinámica del curso.	
Actividades de consolidación, evaluación o reflexión.	
Actividades planteadas para conocer el grado de asimilación del currículo.	
Incluyen: <u>Actividad de evaluación</u> (en adelante AE): prueba escrita, oral, exposición, presentación multimedia, participación en foros y otros (p.e. <i>edpuzzle</i> o <i>educaplay</i>), test, autoevaluación, etc.	
Actividades de recuperación.	
Actividades planteadas para recuperar las unidades didácticas con calificación negativa.	
Incluyen: <u>actividades de recuperación</u> (en adelante AR) destinadas al alumnado con calificación negativa y para aquella parte del alumnado que no supere la evaluación continua, para las convocatorias de junio y septiembre.	

Tabla 23. Clasificación de actividades según su intencionalidad educativa. Fuente: creación propia.

2.7.3. Agrupamientos del alumnado.

Las actividades aplicadas a distintos grupos favorecen el desarrollo de habilidades sociales y la cooperación entre iguales, de importancia para la incorporación al mercado laboral; además, rompen con la monotonía. Según los objetivos a alcanzar, en la **Tabla 24** se proponen:

Agrupamientos en Proyectos de Gráfica Publicitaria.	
Gran grupo (GG)	Coordinación inter-nivel, uniendo varias aulas o en colaboración con organismos públicos o privados en entornos laborales. Ejemplo: jornadas de diseño, visita, celebración, etc.
Grupo-clase (GC)	Actividades entre todo el alumnado (debates, introducciones, juegos cooperativos, etc.).
Pequeño-grupo (PG)	De 4 o 5 participantes. Se procurará una distribución heterogénea de los mismos para el fomento de aprendizaje entre los pares.
Parejas (P)	Para activar conocimientos entre pares, uno puede ejercer de tutor.
Individuales (I)	Permite la observación individualizada, fomenta la autonomía personal, ayuda a medir el progreso, la capacidad de resolución y las dificultades.

Tabla 24. Agrupamientos para las distintas actividades de la programación. Fuente: creación propia.

2.8. Recursos materiales, educativos e instalaciones del centro.

La **Tabla 25** recoge los recursos comunes utilizados en las distintas unidades didácticas:

Proyectos de Gráfica Publicitaria. Recursos e instalaciones. (1 ^{er} curso).		
Recursos materiales:	Recursos y herramientas educativas:	Instalaciones:
<p><u>Centro:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Proyector digital, pantalla. - Mesas de dibujo y sillas alumnado. - Pizarra digital y normal. - Ordenador con conexión. - Internet. Pendrive USB. Conectores. - Herramientas de grabación, registro y representación (tabletas gráficas, cámara fotográfica y de vídeo, grabadora). <p><u>Alumnado:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Herramientas de dibujo. Lápiz HB/2B. Rotuladores calibrados. Goma de borrar. Regla, escuadra y cartabón. Curvas. - Cartulinas, folios de papel, bolígrafos, rotuladores de colores, etc., para el desarrollo de los trabajos y proyectos. - Cuaderno de clase, móvil y portfolio. - Ordenador. Software. Programas de: <ul style="list-style-type: none"> ▪ mapa de bits, edición, diseño vectorial, maquetación. Proyectos digitales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aula virtual en <i>Moodle</i>. Portfolio gráfico. - Cuaderno de clase. Documentos impresos. - Recursos didácticos multimedia creados por el docente y otros (p.e. Intef). - Revistas de diseño, filmografía. - Bibliografía de diseño: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Acaso, M. (2006). <i>El lenguaje visual</i>. Barcelona: Paidós. ▪ Ambrose, G., Harris, P (2010). <i>Metodología del diseño</i>. Barcelona: Parramón. ▪ Brown, T. (2009). <i>Change by Design: How Design Thinking Transforms Organization and Inspires Innovation</i>. New York: Harper Collings. ▪ Chaves, N. (1998). <i>La imagen corporativa. Teoría y metodología de la identificación institucional</i>. Barcelona: Gustavo Gili. 	<ul style="list-style-type: none"> - Biblioteca. - Aula de informática. - Aula-taller. - Aula de dibujo. - Aula de fotografía: fondos, trípodes y cámara. - Aula teórica y teórico-práctica. - Patio. - Sala de exposiciones. - Espacio público frente a la escuela para intervenciones. - Espacios abiertos de la ciudad.

Tabla 25. Recursos e instalaciones comunes para todas las Unidades Didácticas.

2.9. Medidas de atención a la diversidad.

En el apartado 1.5.2 se trató la atención a la diversidad y aquí se especifican las medidas desarrolladas a nivel de aula. El Real Decreto 326/2009, de 15 de septiembre, fija que:

[...] se deben incorporar objetivos y contenidos que garanticen el desarrollo del currículo formativo «diseño para todos», en cumplimiento de lo establecido en la disposición final décima de la Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidades.

El grupo-clase se compone de **15 alumnos y alumnas** (6 alumnos y 9 alumnas) que proceden del desdoble en este módulo del único grupo de 30 al que se imparte docencia en este ciclo y nivel. El **alumnado es diverso**, entre otros factores, en edad, procedencia, forma de acceso, experiencia, o cualificación inicial. Tienen una alta motivación por las enseñanzas.

Este grupo cuenta con una alumna con necesidades específicas de apoyo educativo (N.E.A.E.) que presenta una dificultad específica del aprendizaje en la lectura, indicativo de **dislexia**. Dispone de evaluación psicopedagógica que ha facilitado al centro y se incluirán las medidas pertinentes de **adaptación curricular** en su expediente académico personal, tal y como se recoge en el artículo 17 y anexo I de la Orden de 14 de octubre de 2010. Como

ejemplo de medidas se cita el evaluar alternativas a las pruebas escritas y el asegurar su comprensión en todos los enunciados de las actividades y proyectos que se desarrollen.

Para el resto del alumnado, del que no se cuenta con evaluaciones psicopedagógicas, se aprovechará la **evaluación inicial** para **prevenir y detectar posibles dificultades de aprendizaje** y se preguntará a las familias en caso de alumnos menores. Por este motivo se procurará una organización flexible, variada e individualizada de la ordenación de los contenidos y de las enseñanzas (LEA, art. 37).

2.10. Evaluación: Criterios, instrumentos y unidades didácticas.

2.10.1. Evaluación.

La **evaluación** no solo mide los resultados, sino que condiciona, como afirma Sanmartí (2007), **qué se enseña y cómo y, muy especialmente, qué aprenden los estudiantes y cómo lo hacen**. Además, según el artículo 15 del Decreto 326/2009, de 15 de septiembre, la **evaluación** en estas enseñanzas será **continua y diferenciada** teniendo en cuenta **el progreso y la madurez académica del alumnado en relación con los objetivos generales y las competencias profesionales propias del ciclo**.

- Es **continua** al estar inmersa en el proceso de enseñanza y aprendizaje del alumnado para detectar las dificultades en el momento en que se producen, averiguar sus causas y adoptar las medidas necesarias que le permitan continuar su proceso de aprendizaje. Requiere, según la disposición final primera del Decreto 327/2010, de 13 de julio, su **asistencia regular a las clases y a las actividades** programadas.
- Se realiza de manera **diferenciada** por **módulos**, tomando como referencia los **objetivos de cada módulo** expresados en términos de **capacidades, destrezas y competencias**, y los respectivos **criterios de evaluación** de cada uno de los módulos. En la **evaluación del proceso de aprendizaje** del alumnado se consideran las **características propias de éste** y el **contexto sociocultural de la Escuela de Arte Mateo Inurria**.

La evaluación tiene **carácter formativo** y **orientador** del proceso educativo, con **información constante** que permite mejorar los procesos y los resultados de la intervención educativa. Estos procedimientos de evaluación, su naturaleza, aplicación y criterios de corrección se ponen a disposición del alumnado, para que **la evaluación sea una actividad educativa**.

Por último, existe una **evaluación final o sumativa**: que permite conocer y valorar los resultados alcanzados por el alumnado al finalizar el proceso de enseñanza-aprendizaje.

La **Tabla 26** recoge los principios generales de la evaluación de estas enseñanzas, conforme a los criterios recogidos en la Orden de 14 de octubre de 2010, y en el PEC.

Evaluación del proceso de aprendizaje para la Escuela de Arte Mateo Inurria.	
Características	Continua y diferenciada prestando atención al contexto de la ciudad de Córdoba, ubicada en el centro, pero con alumnos de toda la provincia y de procedencia diversa. Es necesaria la asistencia regular de los alumnos y será una evaluación formativa y orientadora . La aplicación del proceso de evaluación continua del alumnado requiere su asistencia regular a las clases y a las actividades programadas. (Art. 2.2 de la <i>Orden de 14 de octubre de 2010</i>)
Criterios	Criterios, procedimientos comunes y actividades vienen recogidos en el apartado 8.3 del PEC: - La <u>asistencia</u> regular a clase. La <u>puntualidad</u> en la asistencia a clase. La actitud positiva en clase del alumnado: <u>atención</u> , <u>interés</u> , <u>participación</u> y <u>corrección</u> . La <u>aportación</u> , de forma habitual, continuada y en plazo, de los <u>ejercicios</u> y del <u>material de clase</u> por el alumnado. El <u>dominio</u> básico de las <u>técnicas de estudio</u> propias de cada asignatura. La madurez intelectual suficiente que le permita continuar otros estudios. - <u>Perderá la evaluación continua</u> con un número de faltas injustificadas por evaluación superior al 20% de las horas del módulo. No pierde el derecho a asistir a clase ni a ser evaluado en las convocatorias de junio y septiembre. - El alumnado <u>tiene derecho a ser evaluado conforme a criterios de plena objetividad y a conocer los resultados de sus aprendizajes</u> , para que tenga valor formativo y lo comprometa en la mejora de su educación. (Art. 3.3 de la <i>Orden de 14 de octubre de 2010</i>)
Sesiones	Al menos <u>tres sesiones</u> en el primer curso del ciclo (en este caso <u>una por trimestre</u>)
Calificaciones	De 0 a 10 (positiva a partir de 5). La formación en centros de trabajo será Apto/No apto.
Evaluación Final	Valorará el <u>progreso global del alumnado</u> en el módulo. Si la evaluación es negativa: se elabora un informe sobre los objetivos y contenidos no alcanzados y una propuesta de <u>actividades de recuperación</u> , que junto a los objetivos alcanzados serán los referentes para la superación del módulo en la <u>prueba extraordinaria</u> (septiembre).
Promoción	Con evaluaciones positivas en el 75% de la carga lectiva del primer curso.

Tabla 26. Evaluación del proceso de aprendizaje en las Enseñanzas Profesionales de Diseño en Andalucía.

2.10.2. Evaluación del proceso de enseñanza-aprendizaje del alumnado, autoevaluación y de la práctica docente.

La **evaluación de la práctica docente** se realiza **al final del curso**, pero también **al término de cada unidad didáctica**. Se enviará por email un breve cuestionario que el alumnado realizará anónima y telemáticamente y recogerá su opinión en los siguientes aspectos: valoración **sobre la metodología en la exposición de los contenidos**, valoración **sobre el desarrollo de las actividades y el tiempo dedicado a ellas**, valoración del **interés que despierta lo aprendido** y valoración del **seguimiento y evaluación del alumno**. Dichos resultados se incluirán también en la memoria de final de curso y servirán de base para la autoevaluación reflexionando sobre el grado de cumplimiento de los distintos indicadores.

Por otro lado, el **alumnado** también realizará un **cuestionario de autoevaluación** para evaluar su percepción y autorregulación de su propio aprendizaje.

2.10.3. Criterios de evaluación.

El alumnado debe conocer los criterios conforme a los cuales será evaluado. Los criterios generales se han descrito en la **Tabla 26**. El apartado 2.10.7 del **desarrollo de las unidades didácticas** incorpora **aquellos criterios de evaluación necesarios para adaptar las enseñanzas a su contexto** así como aquellos que permitan la **evaluación transversal** entre varios

módulos, facilitando la **coordinación pedagógica** para una mayor integración del aprendizaje. En la **Tabla 27** se enumeran los criterios de evaluación descritos por la *Orden de 23 de junio de 2014* en su anexo V y hacen referencia a los dos cursos donde se imparte el módulo.

Criterios de evaluación de Proyectos de Gráfica Publicitaria.	
1º	Saber definir conceptual, formal y funcionalmente el proyecto gráfico de mensajes publicitarios atendiendo a las especificaciones del encargo.
2º	Seleccionar y aplicar la metodología proyectual más adecuada al encargo.
3º	Planificar el proyecto de gráfica publicitaria y llevar a cabo correctamente todas sus fases hasta la obtención del producto gráfico más eficiente desde el punto de vista persuasivo.
4º	Utilizar con destreza los recursos metodológicos, técnicos, formales, estéticos, semánticos y funcionales de que disponga.
5º	Proponer diversas soluciones gráficas, estilísticas y temáticamente adecuadas a las especificaciones del encargo y utilizar en las propuestas gráficas los elementos persuasivos más adecuados.
6º	Realizar el producto gráfico llevando a cabo el control de calidad correspondiente a cada momento a fin de garantizar la calidad gráfica y persuasiva del mensaje.
7º	Utilizar adecuadamente en el proyecto los instrumentos tecnológicos propios de su especialidad.
8º	Atenerse en los proyectos a la normativa vinculada al ejercicio profesional como, por ejemplo, la relativa al derecho a la intimidad, al honor y a la propia imagen.
9º	Demostrar destreza para detectar problemas, y buscar y plantear soluciones técnicas y creativas.
10º	Expresarse correctamente de forma oral, escrita y gráfica, para llegar a una exposición comprensible de las ideas propias y ajenas.
11º	Desarrollar la creatividad demostrando que es capaz de realizar todo tipo de discursos sobre conceptos adquiridos, y la capacidad de detectar problemas nuevos o nuevas soluciones a problemas viejos.

Tabla 27. Criterios de evaluación de Proyectos de Gráfica Publicitaria según Orden 23 de junio de 2014.

2.10.4. Procedimientos, técnicas e instrumentos de evaluación.

La siguiente **Tabla 28** describe los instrumentos de evaluación que se van a utilizar:

Instrumentos de Evaluación.	
Técnica:	Instrumentos , evidencias y descripción:
Observación directa en clase	<p>Por observación directa se entenderá toda la información sobre el alumnado que el docente pueda extraer del desarrollo de las sesiones lectivas, teniendo especial importancia las intervenciones voluntarias en clase y las respuestas a preguntas planteadas por el docente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lista de control. De participación, asistencia e implicación en clase. • Escala de estimación de actitudes en los debates/participación en clase, observando responsabilidad, comunicación, adaptación al entorno y cambios. • Registro anecdótico. De lo ocurrido en el aula y progreso del alumnado en los objetivos.
Pruebas	<ul style="list-style-type: none"> • Escala de estimación de respuestas orales, incluyendo las exposiciones individuales y defensas grupales: todas aquellas actividades desarrolladas de forma individual o en grupos y que sean expuestas en clase como requisito para su evaluación. • Cuestionarios de respuesta escrita. Todas aquellas actividades donde los docentes proponen ejercicios escritos que el alumnado deberá resolver de forma individual respondiendo a cuestiones sobre los contenidos donde el alumnado manifieste su grado de adquisición competencial y evaluando acorde a los criterios de evaluación. • Valoración de realizaciones prácticas. Todas aquellas actividades donde el docente propone ejercicios y tareas al alumnado el cual pone en práctica todos los conceptos teóricos /prácticos explicados en clase.
Revisión de tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Cuaderno de notas de clase. El alumnado registra en él la actividad lectiva. • Informes, proyectos y monografías. Investigación, ampliación, creación y aplicación de los contenidos tratados en clase. Serán <u>los más utilizados.</u> • Portfolio. Recoge de manera ordenada y bien presentada todas las actividades desarrolladas en la unidad estableciéndose entre ellas un hilo conductor a modo de síntesis de la misma. Al ser una actividad final de síntesis y ser la evaluación continua, el alumnado podrá mejorar la calificación de lo entregado anteriormente.
Entrevistas	<ul style="list-style-type: none"> • Guion de entrevista y exposición.

Tabla 28. Técnicas e instrumentos de evaluación para la programación didáctica. Elaboración propia.

2.10.5. Criterios de calificación ponderados.

Para establecer la calificación se ponderan los **criterios de evaluación** de las distintas unidades didácticas escogiendo los instrumentos adecuados y asignándoles **un porcentaje del total de la carga en la unidad didáctica**, siendo **la suma de todas las actividades y ejercicios un cien por cien equivalentes a un diez**. Hay que recordar que para la calificación lo que ha de aparecer **ponderado** es el **criterio de evaluación** y que la ponderación de los instrumentos derivará de este hecho. Se utilizarán por ello **escalas de estimación, registros y rúbricas** para la evaluación y calificación desarrolladas en la unidad didáctica.

2.10.6. Criterios de recuperación.

En aquellos casos en los que el alumnado no alcance los objetivos mínimos fijados en cada unidad didáctica se realizarán **pruebas y actividades específicas** sobre las competencias no alcanzadas conforme a los criterios de evaluación con evaluación negativa. Se realizará un **plan específico** para el alumnado que esté repitiendo módulo, de manera personal e individualizada, y para todas las unidades didácticas en las que necesite refuerzo.

2.10.7. Contenidos, criterios de evaluación, resultados de aprendizaje, objetivos y competencias por unidad didáctica.

En la siguiente **Tabla 29** se detallan las unidades didácticas de la programación y se relacionan los distintos elementos que la componen así como las pautas de su evaluación:

UD0. Unidad de Evaluación Inicial. Explorando la comunicación visual: “Si yo fuera una marca...” Introducción a la gráfica publicitaria.		Temporalización: 16/09 al 3/10. (8h) (3 sesiones de 2h presenciales)
Contenidos:	La gráfica publicitaria (breve introducción).	
Objetivos:	Enseñanzas: E4 y E6. Generales: OG16. Específicos: OE5 y OE9. Didácticos: <ul style="list-style-type: none"> - Iniciarse en la gráfica publicitaria a partir de la creación, de forma intuitiva, de una marca personal (logotipo). - Cooperar y mediar con sus iguales para formar los grupos de expertos, atendiendo al contexto social. - Utilizar de forma intuitiva las TIC siendo capaz de afrontar las problemáticas que se puedan presentar. - Resolver la actividad aplicando recursos metodológicos, técnicos, formales y funcionales de los que disponga. - Comunicar y expresar los resultados de su propuesta y de los demás de manera asertiva. 	
Actividades:		Agrupamiento:
<u>Actividad de Iniciación:</u> Presentación de la asignatura. AFI, DG, I (sesión 1). <u>Actividades de desarrollo:</u> <ul style="list-style-type: none"> - I: Breve introducción del docente a la gráfica publicitaria parte I. - DE: Presentación de la actividad práctica: tu marca personal básica (sesión 2). - FD: Debate para definir en grupo las limitaciones y encuadre (nº de colores, complejidad de formas, diseño y aplicaciones) siempre de forma intuitiva (sesión 2). - DE: Desarrollo de la actividad práctica en clase bajo supervisión del docente; utiliza medios técnicos manuales y/o TIC (sesión 2). - Formación de grupos de expertos para evaluar el trabajo propio y el proceso de trabajo entre el alumnado (sesión 2). <u>Actividades de consolidación o evaluación:</u> <ul style="list-style-type: none"> - Presentación oral del resultado utilizando algún recurso TIC (2-3 minutos) (sesión 3). - Actividad de valoración del resultado final (trabajo propio y compañeros) (sesión 3). 		GC: debate. I: en el desarrollo y presentación de la actividad práctica. PG: en actividad de grupos de expertos de evaluación.

Evaluación:		Competencias:
Proceso de enseñanza	Proceso de aprendizaje (Criterios de evaluación)	CB CFGS*
Si han sido adecuados objetivos, contenidos, metodología, actividades, atención a la diversidad, temporalización y colaboración con otros agentes educativos. Propuestas de mejora.	4º. Utilizar con destreza los recursos metodológicos, técnicos, formales, estéticos, semánticos y funcionales de que disponga. 50% - Utiliza de forma intuitiva las TIC para resolver el ejercicio. 20% - Es capaz de resolver la actividad aplicando los recursos gráficos y metodológicos de los que dispone. 30%	TICD CCIMF
	10º. Expresarse correctamente de forma oral, escrita y gráfica, para llegar a una exposición comprensible de las ideas propias y ajenas. 50% - Es capaz de cooperar y mediar con sus iguales expresándose correctamente. 20% - Es capaz de comunicarse y expresarse correctamente sobre los resultados de su propuesta y sobre los de los demás. 30%	CSC, CCL CCL, CC1
	Instrumentos de calificación: Esta unidad no computa en la calificación final. Actividad no calificable, pero sí evaluable para reconocer el nivel de partida. - Observación directa. Escala de estimación de actitudes y de respuestas orales. Valoración de realizaciones prácticas.	
Coordinación:	No procede en esta unidad.	
Att. Alumnado NEAE:	Unidad clave para la detección de dificultades de aprendizaje y para ayudarnos a plantear las medidas de atención a la diversidad que sean necesarias.	
* Competencias básicas. Al ser evaluación inicial de CFGS: las que debe tener el alumno al inicio del ciclo.		

UD1. ¿Qué hace un diseñador? La gráfica publicitaria y el papel del diseñador.		Temporalización: 17/09 al 16/10. (10h) (5 sesiones de 2h)
Contenidos:	La gráfica publicitaria y su vinculación con otras disciplinas y ámbitos del diseño, interrelaciones. El papel del diseñador como intérprete comunicador	
Objetivos:	Enseñanzas: E2 Generales: OG6. Específicos: OE1 y OE5. Didácticos: - Conocer los antecedentes de la gráfica publicitaria. Prestar especial atención al ámbito andaluz. - Conocer los ámbitos profesionales en los que el diseñador ejerce su actividad. - Utilizar de forma intuitiva las TIC siendo capaz de afrontar las problemáticas que se puedan presentar.	
Actividades:	Agrupamiento:	
Actividad de Iniciación: AFI, DG, Introducción. EC, SC y AC (sesión 1). Actividades de desarrollo: AFI, EC, FD, DE, PBR (Kahoot o test multimedia) (sesión 2). DE (trabajo monográfico), FD (sesión 3). DE, FD, EC, SC (sesión 4). Actividades de consolidación o evaluación: AE: exposición y Kahoot/edpuzzle (sesión 5). De refuerzo/ampliación: Revistas/filmografía gráfica, recursos didácticos multimedia.		I (monografía) PG y GC
Evaluación:		Competencias:
Proceso de enseñanza	Proceso de aprendizaje (Criterios de evaluación)	CC, CG y CP
Si han sido adecuados objetivos, contenidos, metodología, actividades, atención a la diversidad, temporalización y colaboración con agentes educativos. Propuestas de mejora.	4º. Utilizar con destreza los recursos metodológicos, técnicos, formales, estéticos, semánticos y funcionales de que disponga. 50% - Utiliza de forma intuitiva las TIC para resolver el ejercicio. 20% - Es capaz de resolver la actividad aplicando los recursos gráficos y metodológicos adecuados a la actividad. 30%	CPb CPf
	9º. Demostrar destreza para detectar problemas y buscar y plantear soluciones técnicas y creativas. 50% (Es capaz de consultar fuentes de información adecuadas. 20% y adaptarlas al contexto. 30%)	CC1 CG1
Instrumentos de calificación: Peso de la UD1 en el total: 5%		
- Observación directa: cuaderno de notas. Valoración de realizaciones prácticas: monografía conforme a rúbrica.		
Coordinación:	Historia de la Imagen Publicitaria, Medios Informáticos y Teoría de la Imagen.	
Att. Alumnado NEAE:	Asegurar entendimiento de enunciados y atender posibles dificultades de aprendizaje.	

UD2. Acción, Mensaje y Comunicación persuasiva.		Temporalización: 17/10 al 31/10. (10h) (5 sesiones de 2h)
Contenidos:	La acción y el mensaje persuasivo. Comunicación persuasiva y manipulación. Recursos persuasivos: técnicas reglas y procedimientos.	
Objetivos:	<u>Enseñanzas:</u> E1. <u>Generales:</u> OG7 y OG15. <u>Específicos:</u> OE9 y OE10. <u>Didácticos:</u> - Reconocer mensajes y recursos persuasivos y aplicar los recursos en el ámbito publicitario andaluz.	
Actividades:	Agrupamiento:	
<u>Actividad de Iniciación:</u> AFI, DG, PBR (sesión 1). <u>Actividades de desarrollo:</u> EC: Elegir una empresa y un producto local y aplicar al mensaje persuasivo. FD, DE (sesión 2) DE: planificación, fases, resolución (sesión 3 y 4). <u>Actividades de consolidación o evaluación:</u> AE: entrega y exposición en grupo (sesión 5). <u>De refuerzo/ampliación:</u> Recursos: Documental sobre publicidad persuasiva, serie Mad Men.		PG (3-4 personas)
Evaluación:	Competencias:	
P. Enseñanza	Proceso de aprendizaje (Criterios de evaluación)	CC, CG y CP
Si han sido adecuados todos los elementos del currículo.	3º. Planificar el proyecto de gráfica publicitaria y llevar a cabo correctamente todas sus fases hasta la obtención del producto gráfico más eficiente desde el punto de vista persuasivo. 50%	CC2 y CC3
Propuestas de mejora.	5º. Proponer diversas soluciones gráficas, estilísticas y temáticamente adecuadas a las especificaciones del encargo y utilizar en las propuestas gráficas los elementos persuasivos más adecuados. 50%	CG2 y CPc
Instrumentos de calificación:		Peso de la UD2 en el total: 5%
- Proyectos y monografías, valoración de respuestas prácticas y escala de estimación de respuestas orales.		
Coordinación:	Fundamentos de la representación, fundamentos del diseño gráfico (base teórica).	
Att. NEAE:	Asegurar entendimiento de enunciados y atender posibles dificultades de aprendizaje.	

UD3. Expandir la mirada: Retórica, semiótica e imagen.		Temporalización: 05/11 al 20/11. (8h) (4 sesiones de 2h)
Contenidos:	Los procedimientos retóricos. Semiótica publicitaria. Imagen y realidad.	
Objetivos:	<u>Enseñanzas:</u> E3 <u>Generales:</u> OG3 y OG9. <u>Específicos:</u> OE2, OE3 y OE12. <u>Didácticos:</u> - Identificar y analizar los procedimientos retóricos y semióticos en el ámbito publicitario local de Córdoba. - Reflexionar sobre la imagen y su realidad en el discurso publicitario andaluz e identificar su carácter estético. - Proponer, basado en estos procedimientos, una alternativa más acorde con los valores de interculturalidad, diversidad y educación para el consumo a fin de solucionar la problemática de forma gráfica.	
Actividades:	Agrupamiento:	
<u>Actividad de Iniciación:</u> AFI, I, DG, PBR (sesión 1). <u>Actividades de desarrollo:</u> DE: Análisis publicitario: Ejercicios cortos. Actividad fotográfica de mensajes publicitarios (sesión 2). Análisis y propuesta de alternativas (sesión 3). <u>Actividades de consolidación o evaluación:</u> AE: entrega y exposición (sesión 4). <u>De refuerzo/ampliación:</u> Aula virtual, actividades multimedia, otros ejercicios de análisis. <u>Complementaria:</u> Búsqueda de mensajes publicitarios en calles comerciales de Córdoba.		Parejas
Evaluación:	Competencias:	
P. Enseñanza	Proceso de aprendizaje (Criterios de evaluación)	CC, CG y CP
Si han sido adecuados todos los elementos del currículo.	7º. Utilizar adecuadamente en el proyecto los instrumentos tecnológicos propios de su especialidad. 50%	CC1 y CG1
Propuestas de mejora.	11º. Desarrollar la creatividad demostrando que es capaz de realizar todo tipo de discursos sobre conceptos adquiridos, y la capacidad de detectar problemas nuevos o nuevas soluciones a problemas viejos. 50%	CPd
Instrumentos de calificación:		Peso de la UD3 en el total: 4%
- Valoración de respuestas prácticas. Escala de estimación de actitudes para la actividad complementaria.		
Coordinación:	Fotografía, medios informáticos.	
Att. NEAE:	Asegurar entendimiento de enunciados y buscar agrupación heterogénea con pares.	

UD4. Conociendo nuestra sociedad: Propaganda y publicidad.		Temporalización: 21/11 al 20/12. (14h) (7 sesiones de 2h)
Contenidos:	La persuasión ideológica o propaganda. La persuasión comercial o publicidad. Imagen publicitaria y la imagen artística. Imagen persuasiva. Credibilidad.	
Objetivos:	<u>Enseñanzas:</u> E1. <u>Generales:</u> OG3, OG6 y OG14. <u>Específicos:</u> OE10 y OE12. <u>Didácticos:</u> - Identificar y analizar la publicidad y la propaganda en el ámbito local de Córdoba. El papel de la mujer. - Reflexionar sobre credibilidad en el discurso publicitario andaluz e identificar su carácter estético. - Proponer alternativas a la imagen publicitaria/artística desde una perspectiva ética e igualitaria.	
Actividades:		Agrupamiento:
<u>Actividad de Iniciación:</u> AFI, I, DG. Transversal: igualdad y violencia de género (sesión 1).		GC
<u>Actividades de desarrollo:</u> DP: Análisis publicitario: Proyecto. Análisis histórico y social de mensajes publicitarios: el papel de la mujer y prevención de violencia de género (sesión 2 y 3). Análisis y propuesta de alternativas (sesión 4 y 5).		PG: 4 personas
<u>Actividades de consolidación o evaluación:</u> AE: Exposición de documento (sesión 6 y 7).		
<u>De refuerzo/ampliación:</u> Aula virtual, actividades multimedia, otros ejercicios de análisis.		
<u>De recuperación:</u> Cierre de actividades anteriores y refuerzos de las UD previas del trimestre.		GG/PG
<u>Complementaria:</u> Visita a Plataforma Cordobesa Contra la Violencia a las Mujeres.		
Evaluación:		Competencias:
P. Enseñanza	Proceso de aprendizaje (Criterios de evaluación)	CC, CG y CP
Si han sido adecuados todos los elementos del currículo.	3º. Planificar el proyecto de gráfica publicitaria para la obtención del producto gráfico más eficiente desde el punto de vista persuasivo. 40%	CC4 y CC8
Propuestas de mejora.	6º. Realizar el producto gráfico llevando a cabo el control de calidad correspondiente a cada momento a fin de garantizar la calidad gráfica y persuasiva del mensaje. 20%	CPg y CPh
	11º. Utilizar con destreza los recursos metodológicos, técnicos, formales, estéticos, semánticos y funcionales de que disponga. 40%	CG2, CPb y CPc
Instrumentos de calificación:		Peso de la UD4 en el total: 15%
- Valoración de respuestas prácticas. Proyecto. Escala de estimación de actitudes y respuestas orales.		
Coordinación:	Fotografía, Tipografía y Medios Informáticos.	
Att. NEAE:	Asegurar entendimiento de los enunciados y buscar agrupaciones heterogéneas.	

UD5. Una ciudad de revista: Diseño Editorial y publicaciones.		Temporalización: 07/01 al 24/01. (10h) (5 sesiones de 2h)
Contenidos:	El diseño editorial y sus objetivos. Anatomía de una publicación. Tipos de publicaciones.	
Objetivos:	<u>Enseñanzas:</u> E1. <u>Generales:</u> OG3 y OG6. <u>Específicos:</u> OE10 y OE12. <u>Didácticos:</u> - Identificar y analizar el diseño editorial de manera crítica y profesional en el ámbito local de Córdoba. - Reflexionar sobre los elementos que componen una publicación y ser capaz de crear publicaciones adecuadas.	
Actividades:		Agrupamiento:
<u>Actividad de Iniciación:</u> AFI, I, DG (sesión 1).		GC
<u>Actividades de desarrollo:</u> DP: Diseño editorial: Proyecto. Análisis, aplicación y creación de publicaciones (sesión 2 y 3). Desarrollo de propuestas (sesión 4).		PG: 5 personas
<u>Actividades de consolidación/evaluación:</u> AE: producción, entrega y presentación (sesión 5).		
<u>De refuerzo/ampliación:</u> Aula virtual, actividades multimedia, análisis de publicaciones.		
<u>Complementaria:</u> Visita al Diario Córdoba y Córdobapolis.		GG/PG
Evaluación:		Competencias:
P. Enseñanza	Proceso de aprendizaje (Criterios de evaluación)	CC, CG y CP
Si los elementos del currículo han sido adecuados.	1º. Saber definir conceptual, formal y funcionalmente el proyecto gráfico de mensajes publicitarios atendiendo a las especificaciones del encargo. 60%	CG1, CC2 y CC4
Propuestas de mejora.	11º. Utilizar adecuadamente en el proyecto los instrumentos tecnológicos propios de su especialidad. 40%	CPd, CPF y CPg
Instrumentos de calificación:		Peso de la UD5 en el total: 5%
- Proyecto. Cuaderno de notas. Escala de estimación de actitudes y respuestas orales.		
Coordinación:	Historia de la imagen publicitaria, Tipografía y Medios Informáticos.	
Att. NEAE:	Asegurar entendimiento de los enunciados y buscar agrupaciones heterogéneas.	

UD6. Construir sin ladrillos: Arquitectura gráfica y jerarquías informativas.		Temporalización: 27/01 al 07/02. (8h) (4 sesiones de 2h)
Contenidos:	Arquitectura gráfica. Jerarquías informativas del mensaje. Coherencia formal y funcional.	
Objetivos:	<u>Enseñanzas:</u> E6. <u>Generales:</u> OG4, OG7 y OG17. <u>Específicos:</u> OE3, OE5 y OE6. <u>Didácticos:</u> - Recoger elementos diversos de diseño, dotando el archivo resultante de coherencia compositiva y formal. - Proponer productos publicitarios adecuados a supuestos prácticos de la especialidad y saber seleccionar entre las diferentes posibilidades la más apropiada utilizando criterios formales, estéticos y funcionales.	
Actividades:	Agrupamiento:	
<u>Actividad de Iniciación:</u> AFI, I, FD (sesión 1). <u>Actividades de desarrollo:</u> EC, DP: Díptico publicitario impreso de concienciación sobre el medio ambiente y hábitos de vida saludable en la ciudad de Córdoba. Análisis, aplicación y creación de jerarquías informativas. Desarrollo de propuestas (sesión 2 y 3). <u>Actividades de consolidación/evaluación:</u> AE: producción y entrega (sesión 4). <u>De refuerzo/ampliación:</u> Aula virtual, actividades multimedia, análisis de jerarquías.		GC Individual
Evaluación:	Competencias:	
P. Enseñanza	Proceso de aprendizaje (Criterios de evaluación)	CC, CG y CP
Si los elementos del currículo han sido adecuados. Propuestas de mejora.	4º. Utilizar con destreza los recursos metodológicos, técnicos, formales, estéticos, semánticos y funcionales de que disponga. 100% - Estructura de forma lógica los elementos gráficos del trabajo personal. 60% - Justificar las elecciones tomadas en un producto gráfico con criterios argumentados, entre ellos la realización específica para un público objetivo. 40%	CG1, CC5 CPd y CPf
Instrumentos de calificación:		Peso de la UD6 en el total: 4%
- Ejercicio: Rúbrica para díptico publicitario. Valoración de realizaciones prácticas.		
Coordinación:	Tipografía y Medios Informáticos.	
Att. NEAE:	Asegurar el entendimiento de los enunciados y atención a posibles dificultades. Flexibilización de tiempos para el alumnado con dislexia.	

UD7. La magia del orden: Retícula tipográfica.		Temporalización: 10/02 al 26/02. (10h) (5 sesiones de 2h)
Contenidos:	Retícula tipográfica. Tipos de retícula. El funcionamiento del texto. Diseñar sin retícula.	
Objetivos:	<u>Enseñanzas:</u> E1. <u>Generales:</u> OG4 y OG6. <u>Específicos:</u> OE1 y OE3. <u>Didácticos:</u> - Entender la disciplina con el objetivo de resolver problemas visuales; organizar procesos de investigación para resolver dichos problemas de diseño gráfico en función del público objetivo. - Ser capaces de crear conceptos e ideas para resolver un problema visual y tener capacidad crítica para saber seleccionar entre ellas.	
Actividades:	Agrupamiento:	
<u>Actividad de Iniciación:</u> AFI, I, FD (sesión 1). <u>Actividades de desarrollo:</u> EC, DP: Dossier publicitario impreso de concienciación sobre el medio ambiente y hábitos de vida saludable en la ciudad de Córdoba. Análisis, aplicación y creación retículas tipográficas. Desarrollo de propuestas (s. 2, 3 y 4). <u>Actividades de consolidación/evaluación:</u> AE: producción y entrega (sesión 5). <u>De refuerzo/ampliación:</u> Aula virtual, actividades multimedia, análisis de retículas.		GC Parejas
Evaluación:	Competencias	
P. Enseñanza	Proceso de aprendizaje (Criterios de evaluación)	CC, CG y CP
Si los elementos del currículo han sido adecuados. Propuestas de mejora.	7º. Utilizar adecuadamente en el proyecto los instrumentos tecnológicos propios de su especialidad. 50% 11º. Desarrollar la creatividad demostrando que es capaz de realizar todo tipo de discursos sobre conceptos adquiridos, y la capacidad de detectar problemas nuevos o nuevas soluciones a problemas viejos. 50%	CC6, CC9 y CG2 CPb, CPc, CPf y CPg
Instrumentos de calificación:		Peso de la UD7 en el total: 5%
- Ejercicio: Rúbrica para dossier publicitario. Valoración de realizaciones prácticas.		
Coordinación:	Tipografía, Fundamentos del Diseño Gráfico y Medios Informáticos.	
Att. NEAE:	Asegurar el entendimiento de los enunciados y atención a posibles dificultades. Flexibilización de tiempos para el alumnado con dislexia.	

UD8. Identidad visual corporativa. Comunicación de marca.		Temporalización: 03/03 al 03/04.
Unidad que se desarrolla en el apartado 3 de este TFM.		(18h) (9 sesiones de 2h)
Contenidos:	Identidad visual corporativa. Realización de la investigación. <i>Brief</i> y <i>briefing</i> . Identidad e Imagen Corporativa. El logotipo y la marca gráfica. El Anagrama. El slogan. Identidad de productos. La comunicación de la marca en sus diferentes aplicaciones. <i>Packaging</i> .	
Objetivos:	Enseñanzas: E4 y E6. Generales: OG12, OG14 y OG16. Específicos: OE4 y OE11. Didácticos: - Entender el funcionamiento de un departamento creativo que tiene que dar respuesta a un encargo. (D1) - Desarrollar proyectos de identidad visual cumpliendo con los tiempos y las especificaciones exigidas. (D2) - Integrar en el proyecto las necesidades del encargo y los conocimientos adquiridos en otros módulos. (D3)	
Actividades:	Agrupamiento: Actividad de Iniciación: AFI, I, FD (sesión 1). Actividades de desarrollo: EC, Desarrollo de un Proyecto: Iniciación a la Identidad Visual Corporativa a través de la metodología Design Thinking. Investigación, creación de <i>brief</i> y <i>briefing</i> . Elementos gráficos. Comunicación de marca y <i>packaging</i> . Producción (sesiones 2-8). Actividades de evaluación: AE: Entrega de presentación y previsualización. (sesión 8). Actividad complementaria: AE: Exposición pública del proyecto (sesión 9). De recuperación: Cierre de actividades anteriores y refuerzos de las UD previas del trimestre. De refuerzo/ampliación: Aula virtual, actividades multimedia, análisis de proyectos.	
Evaluación:	Competencias:	
P. Enseñanza	Proceso de aprendizaje (Criterios de evaluación)	CC, CG y CP
Si los elementos del currículo han sido adecuados.	3°. Planificar el proyecto de gráfica publicitaria y llevar a cabo correctamente todas sus fases hasta la obtención del producto gráfico más eficiente desde el punto de vista persuasivo. 40%. 7°. Utilizar adecuadamente en el proyecto los instrumentos tecnológicos propios de su especialidad. 20%	CC1, CC2, CC3 CC5, CC8. CG2, CG3. CPa.
Propuestas de mejora.	11°. Desarrollar la creatividad demostrando que es capaz de realizar todo tipo de discursos sobre conceptos adquiridos, y la capacidad de detectar problemas nuevos o nuevas soluciones a problemas viejos. 40%	CPe, CPc, CPd
Instrumentos de calificación:		Peso de la UD8 en el total: 20%.
- Proyecto: rúbrica para proyecto. Valoración de realizaciones prácticas y escalas de estimación. Cuaderno notas.		
Coordinación:	Fotografía, Fundamentos del diseño gráfico, medios informáticos y Teoría e Hª de la publicidad.	
Att. NEAE:	Asegurar el entendimiento del proyecto y atención a dificultades. Flexibilización de tiempos.	

UD9. Más allá de una buena imagen: Identidad de empresa y arquitectura de marca.		Temporalización: 13/04 al 30/04.
		(12h) (6 sesiones de 2h)
Contenidos:	Definición de la Imagen de empresa. Identidad de empresa. La arquitectura de marca. Implementación de una marca.	
Objetivos:	Enseñanzas: E5 y E6. Generales: OG1 y OG8. Específicos: OE8 y OE9. Didácticos: - Definir e identificar los conceptos de la unidad: imagen de empresa, identidad, arquitectura de marca. - Aplicar metodología de proyecto para la creación e implementación de una marca.	
Actividades:	Agrupamiento: Actividad de Iniciación: AFI, I, EC, FD (sesión 1). Actividades de desarrollo: EC, DP: Creación de la Imagen de Empresa y la arquitectura de marca partiendo del proyecto anterior (sesiones 2-5). Actividades de consolidación/evaluación: AE: Entrega y Exposición (sesión 6). De refuerzo/ampliación: Aula virtual, actividades multimedia, análisis de marcas.	
Evaluación:	Competencias:	
P. Enseñanza	Proceso de aprendizaje (Criterios de evaluación)	CC, CG y CP
Si los elementos del currículo han sido adecuados.	8°. Atenerse en los proyectos a la normativa vinculada al ejercicio profesional como por ejemplo la relativa al derecho a la intimidad, al honor y a la propia imagen. 60%	CC6, CC7 y CC9. CG1 y CG3. CPh.
Propuesta de mejora.	10°. Expresarse correctamente de forma oral, escrita y gráfica, para llegar a una exposición comprensible de las ideas propias y ajenas. 40%	CC6, CPa y CPe.
Instrumentos de calificación:		Peso de la UD9 en el total: 7%.
- Proyecto: Rúbrica para proyecto. Valoración de realizaciones prácticas y escalas de estimación.		
Coordinación:	Teoría de la publicidad y el marketing, Fundamentos del diseño gráfico y medios informáticos.	
Att. NEAE:	Asegurar el entendimiento del proyecto y atención a dificultades. Flexibilización de tiempos.	

UD10. El manual de identidad visual corporativo. Temporalización: 04/05 al 17/05 (26h) (13 sesiones de 2h).	
Contenidos:	El Manual de Identidad Visual Corporativo. Signos de Identidad de la Empresa. Principios de la Identidad Visual Corporativa. Funciones de la Identidad Visual Corporativa.
Objetivos:	<u>Enseñanzas:</u> E1, E4 y E5. <u>Generales:</u> OG13 y OG17. <u>Específicos:</u> OE3 OE4, OE7 y OE12. <u>Didácticos:</u> Diseñar y producir un manual de identidad visual corporativo en todas sus fases y aplicaciones.
Actividades:	<u>Actividad de Iniciación:</u> AFI, I, EC, FD (sesión 1). <u>Actividades de desarrollo:</u> EC, DP: Creación de Manual de Identidad (sesiones 2-10). <u>Actividades de consolidación/evaluación:</u> AE: Entrega y Exposición (sesiones 10-13). <u>De refuerzo/ampliación:</u> Aula virtual, actividades multimedia, análisis de manuales de marca. <u>De recuperación:</u> Cierre de actividades anteriores y refuerzos de las UD previas del curso.
Evaluación:	Agrupamiento: GC Individual.
P. Enseñanza	Proceso de aprendizaje (Criterios de evaluación)
Si los elementos del currículo han sido adecuados. Propuesta.	2º Seleccionar y aplicar la metodología proyectual más adecuada al encargo (50%) y 3º Planificar el proyecto de gráfica publicitaria y llevar a cabo correctamente todas sus fases hasta la obtención del producto gráfico más eficiente desde el punto de vista persuasivo (50%).
Competencias: CC, CG y CP CC1, CC2 y CC5. CG2 y CG3. CPe, CPg, CPh	
Instrumentos de calificación: Peso de la UD10 en el total: 30%.	
- Proyecto: Rúbrica para proyecto. Valoración de realizaciones prácticas y escalas de estimación.	
Coordinación:	Teoría de la publicidad y el marketing, Fundamentos del diseño gráfico y medios informáticos.
Att. NEAE:	Asegurar el entendimiento del proyecto y atención a dificultades. Flexibilización de tiempos.
UDP. Workshop “una ciudad para imaginarla”. Temporalización: Se trabaja todo el curso. Elementos transversales. (6h) (3 sesiones de 2h)	
Contenidos:	En esta unidad se trabajan los temas transversales del apartado 2.6.6.
Objetivos:	E2, OG6, OG10, OE11. <u>Didácticos:</u> Trabajar los elementos transversales en el contexto de la ciudad.
Descripción:	Esta unidad permanente trabajará intervenciones gráficas urbanas (también digitales) sobre los elementos transversales del currículo de forma cooperativa y consciente con organismos de la ciudad, para dar visibilidad al alumnado de la escuela como agente de cambio social en la ciudad de Córdoba. Aunque se desarrolla a lo largo de todo el curso, las intervenciones tendrán lugar en tres sesiones (una sesión por trimestre), que coinciden con momentos concretos del calendario escolar, en las que “la escuela toma la calle”.
Actividades:	Agrupamiento: PG, GC y GG
<u>Actividad de Iniciación:</u> AFI, I, EC, FD (sesión 1, 2 y 3). <u>Actividades de desarrollo y complementarias:</u> <u>25 de nov.:</u> “Día Internacional contra la Violencia de Género” DP: con el objetivo de promover la igualdad y prevenir la violencia de género se expondrá el proyecto gráfico publicitario para la Plataforma Cordobesa Contra la Violencia a las Mujeres (UD4) y se concienciará a la ciudadanía repartiendo aplicaciones gráficas, pegatinas y chapas elaboradas por el alumnado (sesión 1). <u>27 de febrero:</u> “Día de Andalucía”. DP: Proyecto gráfico sostenible. Materiales ecológicos y reciclables que ponen en valor la cultura y riqueza ambiental local. Dossier UD7 (sesión 2). <u>18-19 junio:</u> “Mes del Flamenco”. DP: Por la noche blanca del flamenco y el festival de la guitarra este año aplazados se desarrollará la campaña digital “No te pongas flamenco” para la promoción de la salud pública a través del flamenco con medidas anti-Covid-9 (sesión 3).	
Evaluación:	Competencias: CC, CG y CP CC9, CG1, CPd CC5, CC6, CG2 y CPF
P. Enseñanza	Proceso de aprendizaje (Criterios de evaluación)
Si los elementos del currículo han sido adecuados. Propuesta de mejora.	9º Demostrar destreza para detectar problemas, y buscar y plantear soluciones técnicas y creativas (50%) y 11º Desarrollar la creatividad demostrando que es capaz de realizar todo tipo de discursos sobre conceptos adquiridos, y la capacidad de detectar problemas nuevos o nuevas soluciones a problemas viejos. (50%)
Instrumentos de calificación: Peso de la UDP en el total: 5%.	
- Valoración de realizaciones prácticas, escalas de estimación de actitudes y de respuestas orales.	
Coordinación:	Todas las asignaturas. También colaboran las escuelas de Arte Dramático y el Conservatorio.
Att. NEAE:	Asegurar el entendimiento del proyecto y atención a dificultades. Asegurar la integración.

Tabla 29. Tabla resumen de las unidades didácticas que componen la programación. Elaboración propia.

3. Unidad Didáctica 8: Identidad Visual Corporativa.

3.1. Introducción.

La Unidad Didáctica expuesta a continuación se presenta como cierre del segundo trimestre del 1^{er} curso. Desarrolla la **primera aproximación a la identidad visual corporativa** integrando el contenido de las unidades anteriores para su realización.

Se ha escogido esta unidad ya que, por su ubicación temporal, permite además la **coordinación pedagógica** con otros módulos del ciclo, al haber desarrollado el alumnado las competencias necesarias y además contar con el conocimiento teórico para abordar el primer proyecto extenso del curso. Un segundo motivo es la idoneidad del currículo a la hora de aplicar una metodología de **Aprendizaje Basado en Proyectos** que permite su hibridación con la metodología de diseño *Design Thinking*, aplicada en el ámbito profesional.

Por último, dada la excepcionalidad del curso 2019/2020, esta unidad coincide con el inicio del Estado de Alarma, por lo que se encuentra enmarcada en un escenario que permite además **adaptar la enseñanza** partiendo de un **aprendizaje combinado o B-Learning** con dinámicas de aula invertida hasta el *e-Learning*, a través del aula virtual en *Moodle*.

3.1.1. Relación con otras unidades didácticas y disciplinas.

La unidad aborda la identidad visual corporativa desde la interdisciplinaridad. El término corporativo se entiende aquí con el significado de asociado, común y colectivo, por lo que como pauta de trabajo se tendrá siempre un enfoque profesional y eminentemente práctico, vinculado a relaciones con el tejido social y empresarial de la ciudad de Córdoba. La unidad integra y coordina los aprendizajes de los módulos de teoría de la publicidad, fotografía, fundamentos del diseño gráfico y medios informáticos. También serán necesarios, de manera implícita, aprendizajes previos de otros módulos como historia de la publicidad y tipografía.

En la siguiente **Tabla 30** se determina la relación de esta unidad didáctica con las demás:

Proyectos de Gráfica Publicitaria (1 ^{er} curso).		
UD8 – Identidad visual corporativa: Relación con otras Unidades Didácticas.		
1 ^{er} Trimestre.	2 ^o Trimestre.	3 ^{er} Trimestre.
<p>UD0. En la evaluación inicial se trató una primera aproximación a la identidad visual, que servirá de aprendizaje significativo previo para el desarrollo de la UD8.</p> <p>Se pondrá en práctica el conocimiento acerca del papel del diseñador de la UD1 y los conceptos sobre el mensaje publicitario de las UD2, UD3 y UD4.</p>	<p>Las UD5, UD6 y UD7 permiten sentar la base para la adquisición de recursos gráficos y manejo de medios técnicos necesarios para la UD8.</p> <p>UD8. Identidad visual corporativa. Comunicación de marca. (18h). Es la unidad que se desarrolla.</p>	<p>La UD9 profundiza en el desarrollo del perfil profesional, con la imagen de marca e identidad de empresa.</p> <p>La UD10 completa a la Unidad Didáctica 8, que se integra en un Manual de Identidad Corporativa y sirve de síntesis y cierre del curso.</p> <p>UDP El elemento transversal tratado en la UD8 será el de la igualdad.</p>

Tabla 30. Proyectos de Gráfica Publicitaria. UD8: relación con otras unidades didácticas del curso.

3.2. Objetivos de aprendizaje y competencias.

Esta unidad pretende fomentar el trabajo cooperativo entre el alumnado tal y como se desarrolla en un departamento de creativos gráficos publicitarios y, al mismo tiempo, integrar de manera práctica los conocimientos adquiridos, para conseguir un aprendizaje significativo. En la **Tabla 29** se enumeraron los objetivos y competencias de la unidad y a continuación, en la **Tabla 31**, se detallan, ordenan y relacionan de forma contextualizada ambos indicadores.

UD8 – Identidad Visual Corporativa: Relación de objetivos y competencias.	
Objetivos contextualizados.	Competencias profesional relacionada.
1. Entender el funcionamiento de un departamento creativo que tiene que dar respuesta a un encargo. (D1)	Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional con sentido de la responsabilidad social. (CC8)
2. Iniciarse en la búsqueda de procesos creativos relacionados con la comunicación en un proyecto de identidad visual corporativa y atender a la creatividad gráfica y comunicativa. (OG16)	Planificar el desarrollo del proyecto de imagen publicitaria desde la identificación del encargo comunicativo, la definición de los aspectos formales y estéticos, funcionales y técnicos, hasta la realización del producto gráfico acabado (CG2)
3. Buscar, seleccionar y utilizar fuentes de información y formación continua relacionadas con el ejercicio profesional. (OG12)	Adaptarse a las nuevas situaciones laborales, manteniendo actualizados los conocimientos científicos, técnicos y tecnológicos relativos a su entorno profesional gestionando su formación y los recursos existentes en el aprendizaje a lo largo de la vida, especialmente utilizando las TIC. (CC5)
4. Aplicar las técnicas adecuadas de realización de los modelos y de los posibles prototipos del proyecto. (OE11)	Solucionar mediante recursos gráficos y tipográficos los aspectos formales y comunicativos de los mensajes publicitarios. (CPd)
5. Integrar en el proyecto las necesidades del encargo, así como los conocimientos adquiridos en otros módulos. (D3)	Dotar al producto gráfico publicitario de los elementos persuasivos, informativos y/o identificativos adecuados a los objetivos del encargo. (CPc)
6. Valorar y aplicar los principios de la ética profesional en el desarrollo del proyecto de identidad visual corporativa y en la relación con los agentes sociales que intervienen en el proceso. (OG14)	Supervisar objetivos, técnicas y resultados del trabajo personal y de los miembros del equipo con liderazgo y espíritu de mejora, garantizando la calidad del proceso y del producto o servicio. (CC3)
7. Desarrollar habilidades y destrezas especialmente aquellas relativas a las tecnologías de la información y comunicación y el trabajo en equipo (E6)	Definir, planificar, organizar procesos y procedimientos de trabajo con autonomía en su campo profesional. (CC1) + (CC5)
8. Desarrollar en el grupo-clase el potencial emprendedor, de autoaprendizaje y de adaptación a los cambios de registro artístico y de los procesos técnicos. (E4)	Evaluar y resolver problemas y contingencias en contextos variados y generalmente no previsibles con comprensión crítica, transferencia de saberes y capacidad para la innovación y la creatividad. (CC2)
9. Planificar correctamente la realización de las diferentes fases de un proyecto de identidad visual corporativa y desarrollarlo hasta la obtención de un producto gráfico de calidad técnica, artística y comunicativa. (OE4)	Organizar y llevar a cabo las diferentes fases del proyecto y los correspondientes controles de calidad que garanticen la expresión gráfica óptima del mensaje. (CG3) Planificar y realizar proyectos de gráfica publicitaria en todas sus fases y llevar a cabo los controles de calidad correspondientes para la obtención de un producto gráfico de calidad técnica, artística y comunicativa. (CPe)
10. Desarrollar proyectos de identidad visual cumpliendo con los tiempos y las especificaciones técnicas exigidas. (D2)	Llevar a cabo proyectos gráficos publicitarios de manera autónoma con el nivel de calidad exigible profesionalmente. (CPa)

Tabla 31. Relación de objetivos de aprendizaje y competencias. Fuente: elaboración propia.

3.3. Temporalización de sesiones. Secuenciación de contenidos.

La temporalización general aparece descrita en el apartado 2.6.5 (p. 26) y se extiende del 3 de marzo al 3 de abril con una duración total de **18 horas lectivas** en **9 sesiones de 2 horas**.

Las clases se han planificado a partir de una distribución inicial de 2 días semanales (lunes y jueves) conforme a la que se presenta, en la **Tabla 32**, la secuenciación de contenidos.

UD8. Identidad visual corporativa. Comunicación de marca.		18 h. 9 sesiones del 03/03 al 03/04.
8.0. Introducción a la Identidad visual corporativa.		
Temporalización: 1 sesión. Jueves 5 de marzo.		
Objetivos de aprendizaje relacionados (Tabla 31): 1 y 3.		
Trabajo previo del alumnado (AFI)	En el aula virtual de <i>Moodle</i> el alumnado debe consultar el documento multimedia “evolución histórica de la identidad visual corporativa en el diseño gráfico”, proceder a su lectura y resolver en su cuaderno de notas los ejercicios propuestos del 1 al 3 en coordinación con el módulo de historia de la publicidad y fundamentos del diseño gráfico.	1 hora aprox. (no lectiva)
Introducción Teórica	Actividad Focal Introductoria: clip de vídeo de la serie <i>Mad Men</i> como inicio de la introducción de contenidos a la identidad visual corporativa. Introducción teórica a la identidad visual, así como al funcionamiento de los departamentos de creativos gráficos publicitarios dentro de las empresas de comunicación, publicidad y marketing. Coordinación en contenido con teoría de la publicidad.	1:30 h.
Teórico-práctica	Presentación de las actividades de la unidad didáctica y foro de debate para formar los grupos de trabajo. Se partirá de la simulación de un entorno laboral y cada equipo de cinco alumnos constituirá un departamento creativo empresarial encargado de desarrollar un proyecto de identidad visual corporativa para una empresa de economía social de la ciudad de Córdoba que, entre sus valores de responsabilidad social corporativa, fomente la igualdad.	0:30 h.
8.1. El departamento creativo se pone en marcha: realización de la investigación. Brief y briefing.		
Temporalización: 1.5 sesiones. Lunes 9 y jueves 12 de marzo.		
Objetivos de aprendizaje relacionados: 2 y 3.		
Trabajo previo del alumnado (AFI)	En el aula virtual de <i>Moodle</i> el alumnado debe volver sobre el documento multimedia “evolución histórica de la identidad visual corporativa en el diseño gráfico” y resolver en su cuaderno de notas los ejercicios propuestos del 5 y 6 en coordinación con el módulo de historia de la publicidad.	1 hora aprox. (no lectiva)
Introducción Teórica	Actividad Focal Introductoria: varios clips publicitarios (Benetton, Coca-Cola). Breve exposición de contenidos: iniciación a la Identidad visual corporativa, la representación icónica de una organización	0:30 h.
Actividad	Introducción a la metodología Design Thinking a través de la práctica. Desarrollo del Proyecto: Fase I: Investigación, creación de <i>brief</i> y <i>briefing</i> .	1:30 h.
Actividad de auto-aprendizaje	Investigación y toma de contacto con la empresa de economía social. Entrevistas con los responsables (virtual o presencial).	1 horas aprox. (no lectiva)
Actividad	Investigación y análisis de la empresa de economía social. Creación de <i>brief</i> y <i>briefing</i> a partir de la documentación e información obtenida.	1:00 h.
8.2. Definiendo el modelo del proyecto: especificidad, estabilidad y coherencia en los elementos gráficos.		
Temporalización: 1.5 sesiones. Jueves 12 y lunes 16 de marzo.		
Objetivos de aprendizaje relacionados: 4, 5, 6 y 7.		
Actividad	Desarrollo del Proyecto: Fase II: Identidad e imagen corporativa. Elementos gráficos. El logotipo y la marca gráfica. El Anagrama. El slogan.	1:00h. + 2:00 h.

8.3. Dotando de presencia e identidad al proyecto: estrategia de comunicación de marca.		
Temporalización: 2 sesiones. Jueves 19 y Lunes 23 de marzo.		
Objetivos de aprendizaje relacionados: 5, 8 y 9.		
Introducción Teórica	Actividad Focal Introdutoria: fragmento documental sobre la comunicación de marca. <i>Kahoot</i> sobre identidad visual. Breve exposición de contenidos:	0:30 h.
Actividad	Desarrollo del Proyecto: Fase III: definición de la identidad de los productos o servicios. Desarrollo de la comunicación de la marca en sus diferentes aplicaciones físicas y digitales. Coordinación con medios informáticos.	3:30 h.
8.4. La materialización del proyecto de identidad visual corporativa: prototipado, prueba e iteración.		
Temporalización: 1 sesión. Jueves 26 de marzo.		
Objetivos de aprendizaje relacionados: 4, 8, 9 y 10.		
Trabajo previo del alumnado (AFI)	En el aula virtual de <i>Moodle</i> el alumnado debe volver sobre el documento multimedia “evolución histórica de la identidad visual corporativa en el diseño gráfico” y resolver en su cuaderno de notas los ejercicios propuestos del 5 y 6 en coordinación con el módulo de historia de la publicidad.	1 hora aprox. (no lectiva)
Actividad	Desarrollo del Proyecto: Fase IV: consistirá en la propuesta de un <i>Packaging</i> , para uno de los productos o servicios de la organización, la realización de la fase de prototipado, prueba e iteración. Coordinación con fotografía.	2:00 h.
8.5. El proyecto de Identidad Visual Corporativa: presentación.		
Temporalización: 1 sesión. Lunes 30 de marzo.		
Objetivos de aprendizaje relacionados: 5, 9 y 10.		
Actividad	Desarrollo del Proyecto: Fase Final: Producción. Entrega de presentación y previsualización. El alumnado deberá presentar en formato físico y digital el proyecto y elaborar una presentación que entregará al docente. En el aula se expondrá a los compañeros a modo de “ <i>elevator pitch</i> ”: una presentación breve de 5 minutos donde deben intervenir todos los miembros del grupo.	2:00 h.
8.6. El proyecto de identidad visual corporativa: exposición pública del proyecto.		
Temporalización: 1 sesión. Jueves 2 de abril.		
Objetivos de aprendizaje relacionados: 7, 8, 9 y 10.		
Actividad	Exposición pública del proyecto por parte del alumnado. El alumnado será el responsable de montar una exposición con los trabajos presentados en la sala de exposiciones del centro y de desarrollar la campaña de comunicación en los canales digitales del mismo.	2:00 h.

Tabla 32. Secuenciación de contenidos de la UD8: Identidad visual corporativa. Fuente: creación propia.

3.4. Elaboración de materiales didácticos.

3.4.1. Plataforma de aprendizaje.

Dentro de la transformación digital educativa (TDE) de los procesos de enseñanza-aprendizaje, esta unidad utilizará la plataforma de aprendizaje *Moodle* como aula virtual según se ha descrito en los apartados 2.7.1 y 3.2. En esta plataforma el alumnado tendrá acceso a todos los materiales del módulo y podrá consultarlos para solucionar las posibles dudas que se le planteen a lo largo del desarrollo de las clases. La plataforma será accesible a través de internet, **Figura 6**, con un usuario y contraseña personal, aunque para el alumnado

que no tuviera conexión se facilitará el material en pendrive o impreso (si no tuvieran medios digitales), pudiendo realizar las actividades en el aula de informática.



Figura 6. Representación del aula virtual en Moodle. Elaboración propia a partir de imagen: *MacBook Pro On Wooden Table With Headphones* (2020). Recuperado 20 de agosto de 2020 de: <https://smartmockups.com/mockup/macbook-pro-on-wooden-table-with-headphones-UE5IEaTy4>

3.4.2. Actividades de enseñanza y aprendizaje.

Debido al gran número y tipos de actividades que se utilizan en la unidad se ha decidido describir de forma detallada las más relevantes para el aprendizaje del alumnado. En la **Tabla 23** y en el apartado 3.3 se han descrito y expuesto de forma resumida las restantes.

3.4.2.1. Actividad de iniciación. Actividad focal introductoria: aula invertida.

Para fomentar el aprendizaje autónomo y combinado se propone una primera actividad de aula invertida a través del aula virtual en la que el alumnado se familiariza con el concepto de identidad visual corporativa a través de la historia y realiza los ejercicios propuestos en su cuaderno de aula o portfolio digital. Esta actividad se hace en coordinación con historia de la imagen publicitaria y fundamentos del diseño gráfico; aunque consta de más ejercicios se propone aquí la lectura del documento multimedia y la realización de los 3 primeros.

- **Ejercicio 1.** Vídeo-recurso en el que se explica la metodología del aula invertida (FNL) y *B-Learning* al alumnado, para que entienda el propósito de la actividad.
- **Ejercicio 2.** El alumnado debe leer un artículo online y recoger en su cuaderno de clase o portfolio digital los datos más relevantes sobre la figura de William Addison Dwiggins.
- **Ejercicio 3.** Se le propone investigar sobre las pinturas rupestres de Lascaux y buscar en internet información. También responder a las preguntas: ¿cómo es la distribución de las pinturas? ¿crees que responden a una estructura clara o son hechas al azar?

La actividad se realiza fuera del horario lectivo (al menos la lectura), es evaluable (observación del cuaderno de clase o portfolio digital) y el agrupamiento es individual.

.En la **Figura 7** se muestra un ejemplo gráfico del material didáctico.

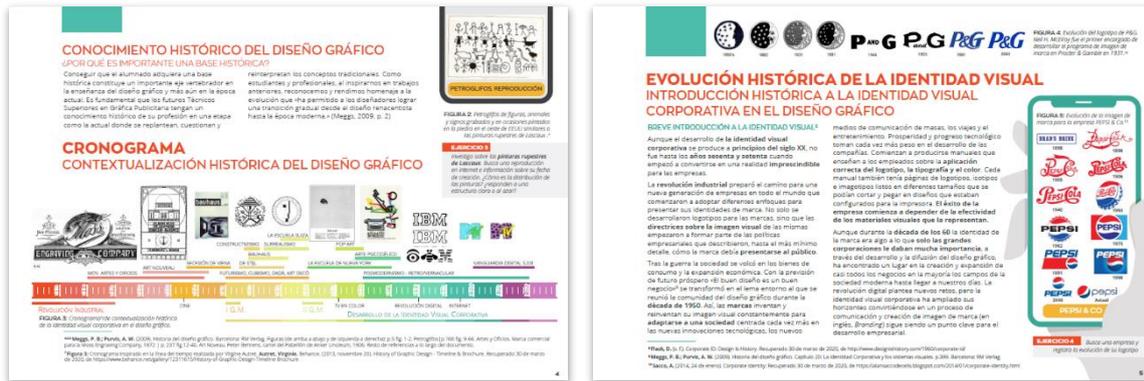


Figura 7. Ejemplo del material didáctico multimedia para la actividad de iniciación. Fuente: creación propia.

3.4.2.2. Actividad de desarrollo. Proyecto.

Se realiza en grupos heterogéneos de cinco personas formados mediante una dinámica de grupo. Se comenzará con una introducción a la metodología *Design Thinking* (DT), aplicada al aprendizaje por proyectos. El alumnado trabajará con el proceso que se describe en la **Figura 8** para el desarrollo del proyecto de identidad visual corporativa.

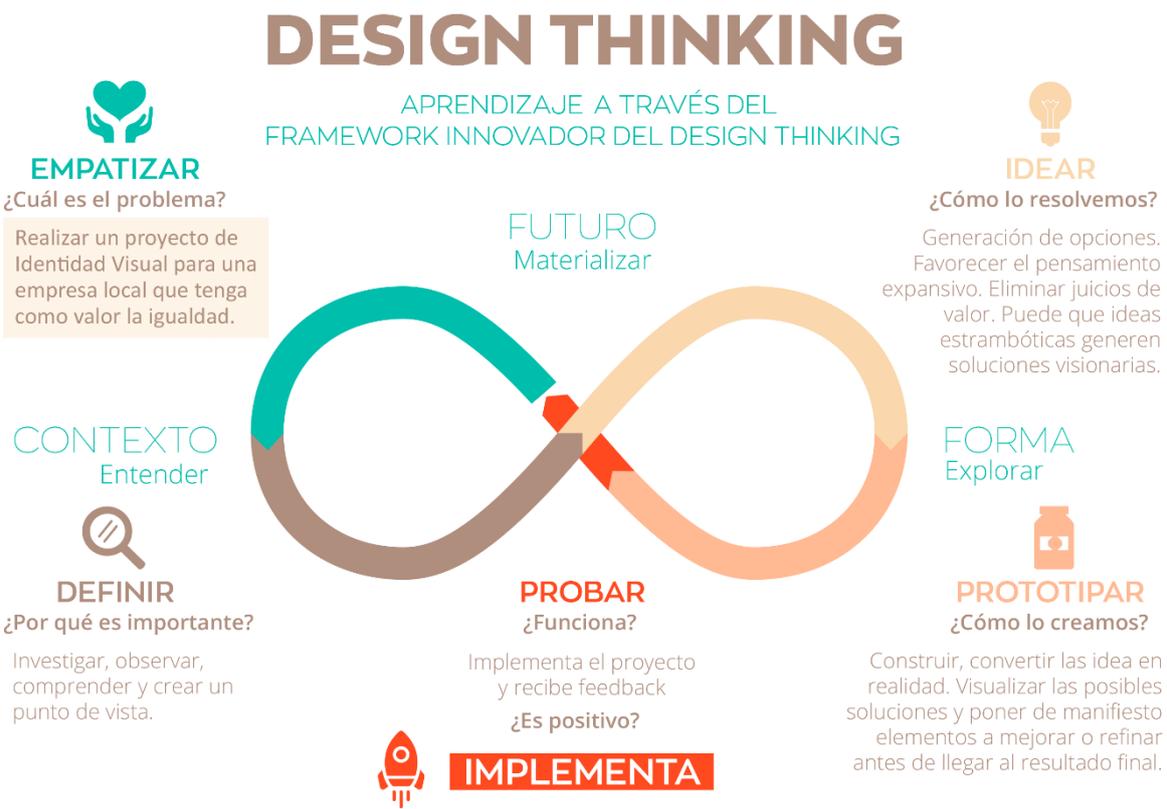


Figura 8. Metodología de diseño *Design Thinking* que se aplicará al proyecto. Material de creación propia.

Esta actividad permite la adquisición de un aprendizaje profundo, fomenta el pensamiento crítico y supone para el alumnado un esfuerzo por lograr la excelencia. La actividad tiene lugar en distintas fases que se han descrito en la **Tabla 32** y sigue los pasos de la metodología

DT: empatizar, definir, idear, prototipar y probar. Si el resultado es adecuado se sigue adelante con la implementación; si no lo es, se vuelve sobre los pasos.

El objetivo es que el alumnado afronte el proyecto tal y como se hace en los departamentos creativos (desarrollando el trabajo cooperativo con sus compañeros tanto en el aula como en las plataformas digitales), pero visibilizando y reflexionando sobre su aprendizaje, partiendo de conceptos básicos y sencillos como el *brief* hasta adquirir un aprendizaje que exige un mayor grado de abstracción como la comunicación de marca o el prototipado. Por último, se enfatizará que todos los grupos trabajen para visibilizar a través del proyecto gráfico la igualdad efectiva entre hombres y mujeres, y el profesorado incidirá en referentes como Barbara Kruger, Sylvia Harris, Deborah Sussman o Paula Scher.

El papel del docente será de apoyo del alumnado y del aprendizaje, que es real y significativo al estar en conexión con la ciudad y la sociedad, y al elegir el alumnado la organización para la que quiere realizar su proyecto de identidad visual corporativa.

Por otro lado, al coincidir la actividad con la declaración del estado de alarma, se flexibilizará la metodología como recoge el Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo (2020) realizando las actividades educativas a través de las modalidades a distancia y online (art. 9.1).

3.4.2.3. Actividad de consolidación y evaluación.

Consiste en un *elevator pitch*: el alumnado debe realizar una labor de síntesis del proyecto y trabajar con sus compañeros para contar en una presentación gráfica y oral de 5 minutos la estrategia seguida para su proyecto de identidad visual corporativa. En la exposición oral deben intervenir todos los miembros del grupo, será evaluable y calificable.

3.4.2.4. Actividad complementaria. Exposición pública.

Esta actividad se plantea de forma inversa al modelo habitual ya que el alumnado debe ser la parte activa en la organización: tiene el control y la responsabilidad de preparar la exposición pública del proyecto. Tendrá que comprometerse con los plazos de ejecución, montaje y organización de espacios físicos y/o virtuales para presentar su trabajo de forma profesional. De nuevo, al coincidir en el calendario con el estado de alarma, se adaptará para la realización de una campaña de comunicación en medios digitales, de apoyo a las organizaciones elegidas. Será evaluable y calificable de forma grupal e individual.

3.4.2.5. Actividad de refuerzo y ampliación.

Las actividades se han descrito en el apartado 2.7.2 y en la descripción de la UD8 en la **Tabla 29**. Estarán disponibles en el aula virtual y consistirán en actividades multimedia, lectura de bibliografía de gráfica publicitaria y análisis de otros proyectos de identidad visual corporativa. Además, la unidad incluirá también actividades de recuperación (**Tabla 29**).

3.5. Orientaciones metodológicas.

Se han descrito ampliamente en el apartado 2.7 y en la introducción a la unidad (apartado 3.1) aunque es interesante remarcar los beneficios de la metodología del Aprendizaje Basado en Proyectos. La enseñanza de proyectos de gráfica publicitaria implica ya de por sí un aprendizaje a través de proyectos gráficos. Si se desarrolla correctamente, cumpliendo los estándares que aparecen en la **Figura 9**, se fomenta la adquisición de competencias necesarias para el mundo actual como son la colaboración, el pensamiento crítico, la comunicación o la creatividad. Lo positivo de esta metodología es que también puede implementarse de forma digital, gracias a las herramientas de trabajo síncronas y asíncronas de las que se dispone hoy en día, facilitando el trabajo cooperativo y colaborativo también a distancia. Hay que remarcar que es esencial un diseño claro y riguroso de los proyectos para lograr el éxito educativo con esta metodología basada en proyectos, pues no todas las actividades pueden ser consideradas proyectos como tales.



Figura 9. Estándares ABP.

Fuente: Larmer, Mergendoller y Boss (2015)

3.6. Medidas de atención a la diversidad.

Se prestará atención a lo descrito en el apartado 1.5.2 y se seguirán las directrices marcadas en el apartado 2.9. Se procurará que el alumnado con dificultades de aprendizaje comprenda correctamente los enunciados del proyecto y se velará por su integración y participación como igual en el grupo-clase. Medidas de flexibilización de tiempos y adaptación curricular pueden ayudar a conseguir que todo el alumnado alcance los objetivos.

3.7. Transversalidad.

El apartado 2.6.6 recoge los elementos transversales de la programación. La unidad tratará con especial énfasis la igualdad efectiva entre hombres y mujeres, aunque el profesorado, en su labor, también integrará otros temas como el **diseño ambiental**, a partir de una **concepción ecológica** del diseño en la elección de materiales de impresión, producción y *packaging*.

3.8. Recursos educativos.

De los recursos comunes descritos en la **Tabla 25** serán necesarios todos los recursos materiales y herramientas educativas descritas. En cuanto a las instalaciones serán utilizadas

el aula-taller para el trabajo en grupo de las fases del proyecto, el aula de informática y la sala de exposiciones. Además se aportará, para su consulta en clase, la bibliografía de la **Tabla 33**:

Bibliografía específica recomendada para la UD08.	
1	Montes Vozmediano, M. y Vizcaíno-Laorga R. (2015). <i>Diseño gráfico publicitario. Principios fundamentales para el análisis y la elaboración de mensajes visuales</i> . Madrid: Ommpress.
2	González Ruiz, G. (1994). <i>Estudio de Diseño</i> . Argentina: Emece Editores.
3	Munari, B. (2016). <i>Diseño y comunicación visual</i> . Barcelona: GG.
4	Bürdek, B.E. (1994). <i>Diseño. Historia, teoría y práctica del diseño industrial</i> . Barcelona: GG.

Tabla 33. Bibliografía de consulta para el refuerzo y aprovechamiento de la UD8. Fuente: creación propia.

En cuanto a materiales didácticos específicos para la unidad se facilitarán al alumnado las presentaciones de contenidos, actividades, material multimedia y autores de referencia. El material estará disponible en el aula virtual y, en su caso, también se facilitará en papel.

Como recursos personales se cuenta con la actividad del docente y el propio alumnado, pero también con los responsables de las organizaciones que colaboran con los proyectos.

3.9. Evaluación.

La evaluación, sus criterios generales e instrumentos se han descrito ampliamente en el apartado 2.10 de esta programación. En la **Tabla 29** se describen los criterios normativos que aplicaremos a la UD8, sin embargo se hace necesario el detallar cómo a través de las actividades planteadas se materializa la consecución de objetivos y la adquisición de competencias, así como el logro de los resultados de aprendizaje correspondientes.

3.9.1. Criterios de evaluación.

Se aplicarán los criterios de evaluación (CE) contextualizados de la siguiente **Tabla 34**:

CE	Criterios de evaluación para la UD08.
Tabla 27 (Orden)	G3 Planificar el proyecto de identidad gráfica publicitaria y llevar a cabo correctamente todas sus fases hasta la obtención del producto gráfico más eficiente desde el punto de vista persuasivo.
	G7 Utilizar adecuadamente los recursos digitales y los programas de maquetación y dibujo.
	G11 Desarrollar la creatividad demostrando que es capaz de realizar todo tipo de discursos sobre conceptos adquiridos, y de detectar problemas nuevos o nuevas soluciones a problemas viejos.
Tabla 26 (PEC)	1 Asistir regularmente a las clases.
	2 Ser puntual en la asistencia a las mismas.
	3 Mostrar actitud positiva en clase: atención, interés, participación y corrección.
	4 Aportar, de forma habitual, continuada y en plazo, los ejercicios y el material de clase.
	5 Dominar de manera básica las técnicas de estudio del módulo.
	6 Adquirir la madurez intelectual suficiente que le permita continuar con la siguiente unidad.
Propios	7 Practicar la igualdad y evidenciar su inclusión en la producción gráfica.
	8 Cooperar con sus pares, trabajar en equipo y conseguir un ambiente de trabajo profesional.
	9 Manejar los conflictos y diferencias que puedan surgir de forma asertiva.

Tabla 34. Criterios de evaluación contextualizados para la UD8.

3.9.2. Resultados de aprendizaje.

En enseñanzas artísticas no existen estándares de aprendizaje, sino resultados de aprendizaje (RA) que aparecen nombrados en la normativa, pero no son descritos en la

legislación del currículo de los CFGS, determinando únicamente objetivos, competencias y criterios de evaluación. Sí están en el Suplemento al Título de Técnico Superior y describen los RA para cada módulo, en total correspondencia con los CE, aunque debemos tener en cuenta que se refieren a RA que debe tener el alumnado al finalizar los estudios (**Tabla 35**).

Resultados de aprendizaje de Proyectos de Gráfica Publicitaria que aplicaremos a la UD8.	
CE	RA
G3	Planifica correctamente la realización de las diferentes fases de un proyecto de gráfica publicitaria y lo desarrolla hasta la obtención de un producto gráfico de calidad técnica, artística y comunicativa.
G7	Domina las tecnologías propias de la gráfica publicitaria para la ideación y el desarrollo de proyectos gráficos de calidad exigible a nivel profesional.
G11	Integra los contenidos en la realización de proyectos de gráfica publicitaria y emite un juicio crítico argumentado respecto al propio trabajo y resultados. Valora la realización de trabajos de gráfica publicitaria como oportunidad de experimentación, creatividad, comunicación y expresión artística personal.

Tabla 35. Resultados de aprendizaje que aparecen en el Suplemento al Título. Fuente: elaboración propia.

3.9.3. Ponderación de criterios de evaluación.

Se ponderan los criterios de evaluación para transcribirlos a una escala numérica que luego podamos usar para la calificación, por lo que la ponderación de los instrumentos de calificación derivará de este hecho, y no al contrario, tal y como se detalla en la **Tabla 36**.

Contribución de las actividades según criterios de evaluación.													
Actividades calificables	Criterios de evaluación ponderados.												Σ (%)
	CEG3	GEG7	CEG11	CE1	CE2	CE3	CE4	CE5	CE6	CE7	CE8	CE9	
Proyecto	25	5	15	1.4	0.5	3	2	2	4	2	3	2	64.9
AFI (Aula virtual)		1		0.25		0.5	1	2		1		1	6.75
<i>Elevator pitch</i>		1	6	0.5	1	0.5	1		1	0.5	1	1	13.5
Exposición pública		3	4	0.35	1	1	1		1	1.5	1	1	14.85
Ponderación en % del criterio en calificación final	25	10	25	2.5	2.5	5	5	4	6	5	5	5	=100

Tabla 36. Ponderación de actividades según criterios de evaluación. Fuente: elaboración propia.

3.9.4. Instrumentos de evaluación y calificación. Indicadores de logro. Rúbricas.

En el apartado 2.10.4 se han descrito los instrumentos fijados para la programación y en el apartado 2.10.7 aparecen descritos para la UD8. Se utilizarán: escalas de estimación, la rúbrica para el proyecto de identidad visual, detallada en cada una de sus fases, la valoración de realizaciones prácticas y la revisión de tareas en el cuaderno o portfolio.

Para la evaluación de la práctica docente se propone una encuesta al finalizar la unidad y el registro anecdótico durante el desarrollo de las clases para atender a posibles cambios o flexibilizaciones necesarias.

3.9.4.1. Criterios de calificación e indicadores de logro.

En el apartado 2.10.5 de la programación se hace referencia a los criterios de calificación que junto con la **Tabla 36** servirá para establecer la base de la calificación.

A continuación, se detallan los instrumentos de evaluación y calificación de la unidad.

- En primer lugar utilizaremos la siguiente escala de estimación de la **Tabla 37** para la calificación, que será numérica de 1 a 10 y servirá de base para las distintas rúbricas.

Escala valorativa de estimación con indicador de logro.	
Grado de consecución.	
PREFORMAL (0-1,99)	Preformal o deficiente: Posee escasas nociones de la actividad/contenido. No es receptivo. Requerirá adaptaciones significativas.
INSUFICIENTE (2-4,99)	Insuficiente o receptivo: Su desempeño es insuficiente, pero receptivo. Requerirá actividades de refuerzo.
SUFICIENTE (5-6,99)	Suficiente o resolutivo: Resuelve de manera sencilla, pero escasa. Utiliza procedimientos básicos. Reproduce sin crear.
NOTABLE (7-8,99)	Notable o autónomo: Autónomo/a en su desempeño. Aplica procedimientos de manera eficiente y con autonomía. Aporta a lo aprendido.
SOBRESALIENTE (9-9,99)	Alto o estratégico: Alto compromiso y creatividad. Estratégico en el desarrollo de las actividades propuestas, con visión personal.
EXCELENTE (10)	Excelente o proyección: Innovación, expresividad y máxima creatividad. Genialidad. Requerirá actividades de ampliación y profundización

Tabla 37. Escala de estimación para proyectos, actividades y exposiciones. Fuente: Elaboración propia.

- Rúbrica para el proyecto de identidad visual. Indicadores de logro y peso en la calificación.

Rúbrica de evaluación y calificación del proyecto.													
Criterios de evaluación ponderados.													
Criterio %	CEG3	GEG7	CEG11	CE1	CE2	CE3	CE4	CE5	CE6	CE7	CE8	CE9	Σ (%)
Indicador	25	5	15	1.4	0.5	3	2	2	4	2	3	2	64.9
Entiende y reproduce el funcionamiento de un departamento creativo	0.5			0.2	0.05			0.2			0.2	0.2	1.35
Busca la ética profesional y el fomento de valores					0.05	0.6			1	0.5	0.2	0.2	2.55
Fase I:													
Entiende y aplica la metodología <i>Design Thinking</i>	2				0.05								2.05
Investiga y utiliza fuentes de información y formación adecuadas	1	0.9			0.05								1.95
Entiende y crea adecuadamente <i>brief</i> y <i>briefing</i> .	1												1

Planifica el desarrollo del proyecto de identidad visual corporativa	3		1				0.5	0.4			0.3		5.2
Fase II:													
Indicador	CEG3	GEG7	CEG11	CE1	CE2	CE3	CE4	CE5	CE6	CE7	CE8	CE9	∑ (%)
Distingue identidad e imagen corporativa	0.25							0.1					0.35
Integra aprendizajes de otros módulos			1	0.2		0.3		0.7					2.2
Crea elementos gráficos profesionales	3	1.2	1										5.2
Muestra originalidad en la creación			2					0.2		0.3	0.3	0.2	3
Soluciona con recursos gráficos aspectos comunicativos	3	1.2	2								0.1	0.2	6.5
Fase III:													
Indicador	CEG3	GEG7	CEG11	CE1	CE2	CE3	CE4	CE5	CE6	CE7	CE8	CE9	∑ (%)
Define la identidad de los productos y servicios	0.25	0.2	1	0.2	0.05			0.4		0.4	0.3	0.2	3
Desarrolla la comunicación de marca en aplicaciones físicas	2	0.2	1	0.2								0.2	3.6
Desarrolla la comunicación de marca en aplicaciones digitales	2	0.4	1	0.3									3.7
Fase IV:													
Indicador	CEG3	GEG7	CEG11	CE1	CE2	CE3	CE4	CE5	CE6	CE7	CE8	CE9	∑ (%)
Es creativo y riguroso en su propuesta de <i>packaging</i>	1	0.5	1		0.05	0.6				0.4	0.3	0.2	4.05
Aplica las técnicas adecuadas de realización de los prototipos	1	0.3	1							0.4	0.5	0.2	3.4
Termina y completa su propuesta	2		1	0.2	0.1	0.6	0.5		1		0.4	0.2	6
Entrega la presentación y previsualización de forma correcta y a tiempo	3	0.1	2	0.1	0.1	0.9	1		2		0.4	0.2	9.8

Tabla 38. Rúbrica para el proyecto de identidad visual corporativa. Fuente: creación propia.

- Valoración de realizaciones prácticas. La valoración de realizaciones prácticas recogida en la **Tabla 39** se aplica al *elevator pitch*, exposición y aula virtual.

VALORACIÓN DE REALIZACIONES PRÁCTICAS.						
<i>Categoría</i>	<i>Preformal (0-1,99)</i>	<i>Insuficiente (2-4,99)</i>	<i>Suficiente (5-6,99)</i>	<i>Notable (7-8,99)</i>	<i>Sobresaliente (9-9,99)</i>	<i>Máximo (10)</i>
<i>Preparación</i>	No presenta o presenta solo el enunciado.	Presenta de forma escasa. No aparecen la mayoría de los elementos.	Correcta presentación de resúmenes y esquematización, pero faltan detalles a desarrollar.	Adecuada presentación y esquematización. Aparecen todos los elementos, falta mayor profundidad.	Buen proceso de preparación, profundidad en la estructuración. Buena jerarquización.	Excelente proceso de preparación. Gran profundidad de estructuración. Originalidad.
<i>Ideas y contenidos</i>	Ideas copiadas, sin contenido.	Ideas pobres, justas y con escaso contenido.	Ideas poco originales, pero bien planteadas.	Ideas bien planteadas. Variedad de contenidos.	Ideas originales, fundamentadas. Riqueza de contenidos.	Ideas innovadoras. Variedad, diversidad y originalidad.
<i>Sustentación teórica. Dominio del tema</i>	Apenas comenta el tema. No establece conexión entre conceptos.	Comenta el tema superficialmente y no logra conectar los puntos planteados.	Logra explicar el tema relacionado, los diferentes aspectos de este, pero los subtemas no quedan bien definidos.	Explica bien el tema propuesto, logra conectarlo y explica los subtemas y diferentes aspectos brevemente.	Domina el tema propuesto, logra conectarlo y explica correctamente los subtemas. Bien desarrollado.	Domina plenamente el tema, establece conexiones precisas y acertadas y desarrolla subtemas.
<i>Aporte material</i>	No aporta material.	La exposición no está acompañada de recursos necesarios y está mal relacionada con ellos.	La exposición está poco acompañada de recursos o mal relacionada con ellos.	Acompaña la exposición de los recursos necesarios y son algo variados (al menos dos tipos)	Exposición con recursos ricos y diferentes (TIC, material gráfico, audiovisual, teatralidad)	Exposición con recursos originales y de creación propia. Material gráfico y audiovisual excelente.
<i>Participación y respuesta</i>	No presta atención ni participa.	Presta poca atención a la participación de los demás y no determina su importancia y no asume conclusiones.	Oportuna, presta atención a las distintas participaciones, aunque no las interioriza, puede contestar los diferentes interrogantes.	Pertinente, participa para el desarrollo de los temas, pero no presenta conclusiones o no están lo suficientemente fundamentadas.	Pertinente y lidera el desarrollo de cada uno de los temas, se apoya en la retroalimentación. Presenta conclusiones	Acertado, guía y respeta las opiniones y argumenta de forma crítica las respuestas. Conclusiones originales y certeras
<i>Seguridad, tono y/o postura</i>	No habla o no quiere presentar. Se ríe.	Tono muy bajo, sin contacto visual, silencios.	Cambios de tono, juega con las manos. Algunos silencios.	Tono adecuado, conexión visual, postura algo retraída.	Tranquilidad, tono equilibrado, postura correcta.	Original, seguro, sin muletillas. Mirada directa.

Tabla 39. Valoración de realizaciones prácticas. Creación propia a partir de rúbrica.

3.9.5. Criterios de recuperación.

Los criterios de recuperación se han descrito en el apartado 2.10.6. En esta unidad de cierre de trimestre es posible para el alumnado la entrega de actividades de anteriores unidades del trimestre, así como su recuperación siempre que los entregue antes de la fecha de la evaluación. Para el alumnado que haya perdido la evaluación continua podrá optar a las convocatorias de junio y septiembre y entregar los trabajos correspondientes a la unidad. Eso sí, al ser trabajos grupales, si ha perdido más del 20% de las sesiones en las que se ha desarrollado la actividad, deberá realizarlos de manera individual.

4. Conclusión.

La planificación constituye un aspecto fundamental de cualquier actividad organizada y sistemática. Conseguir anticiparse a las dificultades que puedan surgir y evitar la improvisación con garantía de éxito debe ser un objetivo primordial para el desarrollo de cualquier programación. Con este documento se ha tratado de fomentar un enfoque contextualizado del aprendizaje, vinculado a la comunidad en la que se desarrolla, a través de actividades que acercan al alumnado a la ciudad de Córdoba y a la Comunidad Autónoma andaluza.

Tanto la programación como sus diferentes unidades didácticas se han dotado de un carácter eminentemente práctico, fomentando un aprendizaje activo, participativo y colaborativo entre el alumnado. Por ello, se ha hecho énfasis no tanto la memorización de los contenidos, sino en su asimilación a través de una gran variedad de actividades que fomenten la adquisición de competencias y el cumplimiento de los objetivos, que, para su correcta implementación, han sido medidas con instrumentos de evaluación de naturaleza diversa, evaluando también la propia práctica docente.

La programación didáctica expuesta en este documento se ha creado con un espíritu abierto y flexible, con el objeto de permitir la introducción de los cambios necesarios para responder a las necesidades que puedan surgir durante el proceso de educativo. Por lo tanto, esta programación constituye un documento vivo, dinámico y en permanente construcción que ayudará a determinar qué prácticas educativas son las más adecuadas para alcanzar los objetivos previstos y lograr el mayor éxito posible en los procesos de enseñanza-aprendizaje.

5. Referencias Bibliográficas.

5.1. Bibliografía documental.

- Acaso, M. (2006). *El lenguaje visual*. Barcelona: Paidós.
- Ambrose, G., Harris, P (2010). *Metodología del diseño*. Barcelona: Parramón.
- Antúnez, S. (2012). *Del Proyecto Educativo a la Programación de Aula. El qué, el cuándo y el cómo de los instrumentos de la planificación didáctica*. Barcelona, España: Graó.
- Bloom, B.S. (1956). *Taxonomía de los objetivos educacionales, Manual I: El dominio cognitivo*. Nueva York: David McKay Co Inc.
- Brown, T. (2009). *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organization and Inspires Innovation*. New York: Harper Collings.
- Bürdek, B.E. (1994). *Diseño. Historia, teoría y práctica del diseño industrial*. Barcelona: GG.
- Casarini Ratto, M. (2013). *Teoría y diseño curricular*. D.F., Méjico: Trillas.
- Chaves, N. (1998). *La imagen corporativa. Teoría y metodología de la identificación institucional*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Coll Salvador, C. (1987). *Psicología y currículum. Una aproximación psicopedagógica a la elaboración del currículum escolar*. Barcelona: Laia.
- Cousins, B. (2018). “Design Thinking: Organizational Learning in VUCA Environments”. *Academy of Strategic Management Journal; Arden 17 (2)* p.1-18.
- Gimeno Sacristán, J. (2011). *Diseño, desarrollo e innovación del currículum*. Madrid: Morata.
- González Ruiz, G. (1994). *Estudio de Diseño*. Argentina: Emece Editores.
- Hamilton, D. (1989). “On the Origins of the Educational Terms Class and Curriculum” en *Towards a Theory of Schooling* (Londres: Falmer), 35-55. Edic. cast. parcial en “Orígenes de los términos educativos ‘clase’ y ‘currículum’”. *Revista de Educación*, 295 (1991), pp. 187-205.
- Luque Lozano, A. (2005). “¿Imprescindibles o desconectados? Sentimiento de competencia y necesidades de formación de los orientadores en los Departamentos de Orientación” en C. Monereo i Font y J.I. Pozo Municipio, *La práctica del asesoramiento educativo a examen* (221-240). Barcelona: Graó.

- Montes Vozmediano, M. y Vizcaíno-Laorga R. (2015). *Diseño gráfico publicitario. Principios fundamentales para el análisis y la elaboración de mensajes visuales*. Madrid: Ommpress.
- Morante, J. y Gómez, A. L. (2003). “La Historia del Currículum y la formación del profesorado como encrucijada: por una colaboración entre la Historia de la Educación y una Didáctica crítica de las Ciencias Sociales” en: JIMÉNEZ EGUIZÁBAL, A. et al. (Coords.). *Etnohistoria de la escuela. XII Coloquio Nacional de Historia de la Educación*. Burgos: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Burgos / Sociedad Española de Historia de la Educación, 2003, p. 1009-1020
- Munari, B. (2016). *Diseño y comunicación visual*. Barcelona: GG.
- Piaget, J. (1972). *El lenguaje y el pensamiento en el niño*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Prieto, E. (2008). “El papel del profesorado en la actualidad. Su función docente y social” en *Foro de Educación*, nº 10, p. 330. Sevilla: Universidad Pablo de Olavide.
- Rodríguez J. y Cruz P. (2015) “¿Nueva forma de programar? Concreción curricular tras la LOMCE” en *Opción*, 31(2), pp. 938-961 Venezuela: Universidad del Zulia
- Sanmartí, N. (2007). 10 ideas clave: Evaluar para aprender. Col. Ideas clave, 1. Ed. Graó. Barcelona, pp. 22-23.
- Young, M. F. D. (1998). *The Curriculum of the Future. From the «New Sociology of Education» to a Critical Theory of Learning*. Londres: Falmer Press.

5.2. Webgrafía.

- Asensi Córdoba, A. (2016, octubre 13). Donde el arte se respira. Recuperado 20 de febrero de 2020, de https://www.eldiadicordoba.es/ocio/arte-respira_0_1013898704.html
- Fundación Arquitectura Contemporánea. (s. f.). *Plan de Equipamientos e Infraestructuras Culturales de Córdoba*. Recuperado 20 de febrero de 2020, de <http://www.arquitecturacontemporanea.org/plataformaplan/download/118.pdf>
- Larmer, J y Mergendoller; J, R (2015). *Gold Standard PBL: Essential Project Design Elements*. Recuperado 20 de Agosto de 2020, de http://bie.org/blog/gold_standard_pbl_essential_project_design_elements

5.3. Legislación.

5.3.1. Estatal.

Constitución Española. *Boletín Oficial del Estado*, 311, de 29 de diciembre de 1978.

Ley Orgánica 8/1985, de 3 de julio, reguladora del Derecho a la Educación. *Boletín Oficial del Estado*, 159, de 04 de Julio de 1985.

Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional *Boletín Oficial del Estado*, 147, de 20 de junio de 2002.

Real Decreto 1284/2002, de 5 de diciembre, por el que se establecen las especialidades de los Cuerpos de Profesores de Artes Plásticas y Diseño y Maestros de Taller de Artes Plásticas y Diseño, se adscriben a ellas los profesores de dichos Cuerpos y se determinan los módulos, asignaturas y materias que deberán impartir. *Boletín Oficial del Estado*, 304, de 20 de diciembre de 2002.

Real Decreto 1128/2003, de 5 de septiembre, por el que se regula el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales. *Boletín Oficial del Estado*, 223, de 17 de septiembre de 2003.

Real Decreto 1416/2005, de 25 de noviembre, por el que se modifica el Real Decreto 1128/2003, de 5 de septiembre, por el que se regula el Catálogo Nacional de las Cualificaciones Profesionales. *Boletín Oficial del Estado*, 289, de 3 de diciembre de 2005.

Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación. *Boletín Oficial del Estado*, 106, de 4 de mayo de 2006.

Real Decreto 596/2007, de 4 de mayo, por el que se establece la ordenación general de las enseñanzas profesionales de artes plásticas y diseño. *Boletín Oficial del Estado*, 125, de 25 mayo 2007.

Real Decreto 303/2010, de 15 de marzo, por el que se establecen los requisitos mínimos de los centros que impartan enseñanzas artísticas reguladas en la ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación. *Boletín Oficial del Estado*, 86, de 9 de abril de 2010.

Decreto 327/2010, de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria. *Boletín Oficial de la Junta de Andalucía*, 139, de 16 de julio 2010.

Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo. *Boletín Oficial del Estado*, 182, de 30 de julio de 2011.

Real Decreto 1427/2012, de 11 de octubre, por el que se constituye la familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual, se establece el título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Animación perteneciente a dicha familia profesional artística y se aprueban las correspondientes enseñanzas mínimas. *Boletín Oficial del Estado*, 265, de 3 de noviembre de 2012.

Real Decreto 1431/2012, de 11 de octubre, por el que se establece el título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria perteneciente a la familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual y se aprueban las correspondientes enseñanzas mínimas. *Boletín Oficial del Estado*, 265, de 3 de noviembre de 2012.

Decreto 93/2013, de 27 de agosto, por el que se regula la formación inicial y permanente del profesorado en la Comunidad Autónoma de Andalucía, así como el Sistema Andaluz de Formación Permanente del Profesorado. *Boletín Oficial de la Junta de Andalucía*, 170, de 30 de agosto 2013.

Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa. *Boletín Oficial del Estado*, 295, de 10 de diciembre de 2013.

Real Decreto 1105/2014, de 26 de diciembre, por el que se establece el currículo básico de la Educación Secundaria Obligatoria y del Bachillerato. *Boletín Oficial del Estado*, 3, de 3 de enero de 2015.

Resolución de 23 de julio de 2019, de la Dirección General de Formación del Profesorado e Innovación Educativa, por la que se determina el desarrollo de las líneas estratégicas de formación del profesorado establecidas en el III Plan Andaluz de Formación Permanente del Profesorado y la elaboración de los proyectos de formación para el curso 2019/20. *Boletín Oficial de la Junta de Andalucía*, 151, de 7 de agosto de 2019.

Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19. *Boletín Oficial del Estado*, 67, de 14 de marzo de 2020.

Orden EFP/361/2020, de 21 de abril, por la que se adoptan medidas excepcionales en materia de flexibilización de las enseñanzas de Formación Profesional del Sistema Educativo y de las enseñanzas de Régimen Especial. *Boletín Oficial del Estado*, 113, de 23 de abril de 2020.

5.3.2. Autonómica.

Orden de 26 de septiembre de 2002, por la que se regula el Libro de Acreditación de Competencias Profesionales, *Boletín Oficial de la Junta de Andalucía*, 124, de 24 de octubre de 2002.

Resolución de 1 de diciembre de 2005, de la Dirección General de Formación Profesional y Educación Permanente, por la que se aprueba la Carta de Servicios del Instituto Andaluz de Cualificaciones Profesionales, *Boletín Oficial de la Junta de Andalucía*, 1, de 3 de enero de 2006.

Orden de 11 de septiembre de 2006, por la que se regulan aspectos relacionados con la Oferta de Módulos de los Ciclos Formativos de Artes Plásticas y Diseño por parte de las Escuelas de Arte, *Boletín Oficial de la Junta de Andalucía*, 191, de 2 de octubre de 2006.

Ley Orgánica 2/2007, de 19 de marzo, de reforma del Estatuto de Autonomía para Andalucía. *Boletín Oficial del Estado*, 68, de 20 de marzo de 2007.

Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía de 2007, *Boletín Oficial de la Junta de Andalucía*, 252, de 26 de diciembre de 2007.

Decreto 326/2009, de 15 de septiembre, por el que se establece la ordenación general de las enseñanzas profesionales de artes plásticas y diseño en Andalucía, *Boletín Oficial de la Junta de Andalucía*, 191, de 29 de septiembre 2009.

Corrección de errores del Decreto 326/2009, de 15 de septiembre, por el que se establece la ordenación general de las Enseñanzas Profesionales de Artes Plásticas y Diseño en Andalucía, *Boletín Oficial de la Junta de Andalucía*, 212, 29 de octubre 2009.

Orden de 14 de octubre de 2010, por la que se establece la ordenación de la evaluación del proceso de aprendizaje del alumnado de las Enseñanzas Profesionales de Artes Plásticas y Diseño en Andalucía, *Boletín Oficial de la Junta de Andalucía*, 222, de 15 de noviembre de 2010.

Corrección de errores de la Orden de 14 de octubre de 2010, por la que se establece la ordenación de la evaluación del proceso de aprendizaje del alumnado de las Enseñanzas

Profesionales de Artes Plásticas y Diseño en Andalucía, *Boletín Oficial de la Junta de Andalucía*, 11, de 18 de enero de 2011.

Decreto 260/2011 de 7 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de las Escuelas de Arte, *Boletín Oficial de la Junta de Andalucía*, 251, de 27 de diciembre de 2011.

Orden de 19 de marzo de 2012, por la que se regula la organización y el funcionamiento de las escuelas de arte, así como el horario de los centros, del alumnado y del profesorado, *Boletín Oficial de la Junta de Andalucía*, 61, de 28 de marzo de 2012.

Orden de 23 de junio de 2014, por la que se desarrolla el currículo correspondiente a los títulos de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Animación, en Gráfica Interactiva, en Gráfica Impresa, en Gráfica Audiovisual, en Gráfica Publicitaria, en Fotografía, en Ilustración y en Cómic, pertenecientes a la familia profesional artística de la Comunicación Gráfica y Audiovisual, *Boletín Oficial de la Junta de Andalucía*, 144, de 25 de julio de 2014.

Decreto 111/2016, de 14 de junio, por el que se establece la ordenación y el currículo de la Educación Secundaria Obligatoria en la Comunidad Autónoma de Andalucía. *Boletín Oficial de la Junta de Andalucía*, 122, de 28 de junio 2016.

Decreto 110/2016, de 14 de junio, por el que se establece la ordenación y el currículo del Bachillerato en la Comunidad Autónoma de Andalucía. *Boletín Oficial de la Junta de Andalucía*, 122, de 28 de junio 2016.

5.3.3. Otra legislación.

ONU: Asamblea General (1948), *Declaración Universal de los Derechos Humanos*, 217 A (III). París.

5.4. Material Didáctico del Máster.

Calmaestra Villén, J., Lucena Jurado, V. y Rodríguez Hidalgo, A. (2019). El desarrollo adolescente. [Material de aula]. Aprendizaje y Desarrollo de la Personalidad, Universidad de Córdoba, Córdoba.

Sampedro Requena, B. y Vega Gea, E. (2019). El sistema educativo español. [Material de aula]. Procesos y Contextos Educativos, Universidad de Córdoba, Córdoba.