

GUÍA DOCENTE

DISEÑO DE IDENTIDAD GRAFICA

GRADO EN DISEÑO INTEGRAL Y GESTIÓN DE LA IMAGEN

CURSO 2024-25

Fecha de publicación: 10-07-2024



I.-Identificación de la Asignatura	
Tipo	OBLIGATORIA
Período de impartición	2 curso, 1Q semestre
Nº de créditos	6
Idioma en el que se imparte	Castellano

II.-Presentación
<p>Esta asignatura consiste en el desarrollo de los elementos que proyectan la identidad de una corporación o de un colectivo, a través del conocimiento teórico y la aplicación práctica, razonada, crítica y creativa.</p> <p>Se comienza con la definición de los atributos de la corporación, el diseño del signo identificador, y la implantación pública de este. Se desarrollará un programa de imagen complejo, con la misión no sólo de informar, sino también de dejar ver la naturaleza y el estilo del emisor.</p> <p>Como resultado se presentará un desarrollo completo de identidad corporativa, para que funcione como guía de la reproducción fiel de los signos, y sirva de orientación para los equipos de gestión de imagen.</p> <p>La aplicación práctica, razonada, crítica y creativa se apoya en los conocimientos teóricos y la habilidad técnica adquiridos en las asignaturas "Teorías del color, la forma y la composición" y "Representación y comunicación gráfica".</p> <p>Relación con otras asignaturas</p> <p>Esta asignatura es complementaria, desde el punto de vista de la creatividad y el diseño gráfico, de la asignatura de "Gestión estratégica de la imagen corporativa y de marca".</p> <p>Esta asignatura forma parte del grupo de asignaturas que desarrollan aspectos concretos y finalistas de la comunicación gráfica:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diseño de identidad gráfica - Diseño interactivo - Diseño publicitario - Diseño editorial

III.-Resultados de Aprendizaje

CE01. Conocimiento adecuado de la fisiología, psicología y teorías de la percepción visual y sus implicaciones para el diseño.

CE04. Conocimiento adecuado y aplicado al diseño de los procesos psicológicos y sociológicos en los que se basa el público objetivo para la toma de decisiones.

CE08. Conocimientos adecuado de los procesos de desarrollo del producto de diseño en todas sus fases: desde su concepción, hasta su comercialización, implementación y gestión de la imagen.

CE09. Conocimiento adecuado de la estructura y los procesos de formación de la identidad y la imagen de una entidad.

CE15. Capacidad para ejercer la crítica del diseño. Aspectos relevantes de la teoría y la crítica del diseño. Fundamentación teórica y análisis crítico del diseño.

CE16. Aptitud para el análisis de condicionantes y definición de criterios del proyecto de diseño (Design Thinking), planteamiento de problemas de diseño (Design Process) y métodos de diseño y proyecto (Design Science).

CE21. Capacidad para identificar , valorar y gestionar activos intangibles de la empresa añadiendo valor a sus productos y servicios a través del diseño y desarrollo de estrategias que refuercen la reputación de la marca.

CE25. Aptitud o capacidad para la ideación gráfica.

CT1. Capacidad de razonamiento crítico y razonamiento estratégico. Capacidad de resolver problemas y tomar decisiones (análisis y síntesis) en función de objetivos derivados del razonamiento crítico.

CT10. Capacidad de juicio crítico sobre la calidad.

CT3. Capacidad para visualizar y comunicar visualmente la información.

CT6. Compromiso ético. Capacidad de integrar en el ejercicio profesional la sensibilidad hacia el medio ambiente, el patrimonio cultural, la diversidad y la multiculturalidad, la discapacidad y las buenas prácticas empresariales.

CT7. Capacidad de juicio estético a través del conocimiento de sus teorías y de la experiencia, disfrute y obtención de un bagaje personal en lo sensorial y sensible.

CT8. Capacidad para el aprendizaje autónomo y la adaptación a nuevas situaciones.

CT9. Capacidad creativa, entendida como capacidad de generar y producir nuevas ideas o conceptos, o de encontrar nuevas asociaciones entre los ya conocidos llegando a conclusiones nuevas, e identificar y resolver problemas de una forma original y relevante proponiendo mejoras e innovaciones.



IV.-Contenido

IV.A.-Temario de la asignatura

BLOQUE I: IDENTIDAD

Tema 1. Introducción

Identidad e Imagen
 Procesos y terminología

Tema 2. Fundamentos de diseño

Tipografía
 La letra manipulada
 Imagen de la escritura
 Color y forma
 Connotaciones, significado y uso

BLOQUE II. CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD

Tema 3. Naming

Marca verbal
 Identificación institucional
 Metodología

Tema 4. Crear marca

De la representación al signo
 Tipos de signo: marca, señal y símbolo
 Características y propiedades del signo
 Otros símbolos

BLOQUE III. SISTEMAS DE IDENTIFICACIÓN

Tema 5. Sistemas de identidad corporativa

Antecedentes históricos
 Restyling

Tema 6. Soportes de la identidad gráfica

Manuales de identidad
 Brand book
 Otros soportes y aplicaciones

Tema 7. Elementos de diseño de la identidad

Desarrollo de programas
 Sistemas según la complejidad y la flexibilidad

IV.B.-Actividades formativas

Tipo	Descripción
Trabajos individuales	P1. Análisis del comitente
Trabajos individuales	P2. Desarrollo de marca



Trabajos colectivos	P3. Desarrollo programa de identidad
Realización de pruebas	Prueba escrita

V.-Tiempo de Trabajo del estudiante (30h grado y 25h máster)	
Clases teóricas	29
Clases de resolución de ejercicios, problemas, casos, etc.	29
Prácticas en laboratorios experimentales, tecnológicos, clínicos, campo, etc.	0
Realización de pruebas	2
Tutorías académicas	16
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	2
Preparación de clases teóricas	42
Preparación de prácticas/ejercicios/casos	56
Preparación de pruebas	4
Total de horas de trabajo del alumnado	180

VI.-Metodología y plan de trabajo		
Tipo	Periodo	Contenido
Trabajos individuales	Semana 1 a Semana 15	Planteamiento de ejercicios prácticos Prácticas a resolver según necesidades y requerimientos
Otras actividades	Semana 1 a Semana 15	Lecturas de avances teóricos Resolución de pruebas tipo test
Resolución de ejercicios, problemas, casos	Semana 1 a Semana 15	Ejercicios cortos a mano desarrollados en el aula
Otras actividades	Semana 1 a Semana 15	Visitas y charlas relacionadas con la asignatura durante el curso
Trabajos colectivos	Semana 1 a Semana 15	Ejercicios grupales para resolver de forma conjunta
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 15	Clase magistral
Pruebas	Semana 15 a Semana 15	Prueba escrita al final del cuatrimestre

VII.-Método de evaluación

El modelo de evaluación general es la evaluación continua, tal como establece el Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

Deberán utilizarse todos los sistemas de evaluación establecidos para la asignatura en la memoria de la titulación, excepto aquellos que tuviesen una ponderación mínima del 0%, que podrán utilizarse en los cursos académicos en los que el profesorado lo considere oportuno. Cada uno de los sistemas de evaluación podrá ser aplicado mediante una o más actividades de evaluación, coherentes con ese sistema. Ninguna de las actividades de evaluación podrá superar individualmente el 60% de la calificación global de la asignatura.

La suma de las actividades de evaluación no revaluables no podrá superar el 40% de la calificación global de la asignatura y, en general, no deberían tener nota mínima (salvo en el caso de actividades de carácter práctico en las que, estrictamente, no pudieran reproducirse en la convocatoria extraordinaria las condiciones de evaluación de la convocatoria ordinaria).

Los estudiantes que no consigan superar la asignatura en la convocatoria ordinaria, o no se hayan presentado, podrán presentarse a la convocatoria extraordinaria únicamente a las actividades de evaluación revaluables no superadas.

La distribución y características de las actividades de evaluación son las que se describen a continuación.

VII.A.- Descripción de las pruebas de evaluación y su ponderación



Ponderación de la evaluación

A c t i v i d a d e v a l u a d o r a	Nota mínima	Ponderación	Período	Contenido
Práctica 1. Análisis del comitente	No	15%	Semana 1	Trabajo individual. No reevaluable. Entrega física y digital a través del Aula Virtual.
Práctica 2. Desarrollo de marca	5.0	25%	Semana 4	Trabajo individual. Reevaluable. Entrega física y digital a través del Aula Virtual.
Práctica 3. Desarrollo programa de identidad	5.0	40%	Semana 8	Trabajo grupal. Reevaluable. Entrega física y digital a través del Aula Virtual.
Prueba escrita	5.0	20%	Semana 15	Examen escrito presencial de los contenidos teóricos a través del Aula Virtual.

Evaluación Ordinaria:

La **nota final** se compone de la **media ponderada** de todas las actividades evaluadoras. Para aprobar la asignatura será necesario que se cumplan **simultáneamente** las siguientes condiciones:

- La nota final debe ser igual o superior a 5 sobre 10.
- La nota de **todas** las "actividades evaluadoras con nota mínima" deber ser igual o superior a la indicada.
- Se deberán tener **todos los trabajos presentados** (revaluables y no revaluables) para poder ser evaluados.

Los trabajos prácticos deben entregarse en las fechas indicadas. Cada práctico tiene un calendario de correcciones previas, que seguido adecuadamente permiten llegar en buen término a la entrega. No se van a aceptar entregas tardes, las personas que no entreguen en la fecha fijada deberán entregar esa práctica directamente en la reevaluación extraordinaria. Si la persona no va a poder asistir en la fecha de entrega, podrá entregar el trabajo la clase anterior.

Si tras la calificación de todas las prácticas evaluables y la prueba escrita, se cumplen las condiciones para aprobar, se habrá aprobado la asignatura y la **nota final será definitiva**.

Si no se cumple alguna de las condiciones para aprobar la persona deberá presentarse a la recuperación extraordinaria.

Evaluación Extraordinaria:

Sólo podrán presentarse a recuperación en junio las personas que no hayan aprobado en la convocatoria ordinaria. Los trabajos grupales suspensos se recuperarán de forma individual en la convocatoria extraordinaria.

Sólo se deberá recuperar las actividades evaluadoras que estuvieran suspensas o no entregadas y superarlas (la calificación podría ser menor que la previa). Las personas que hubieran aprobado no pueden reevaluar (subir nota). Las notas de las partes aprobadas de la asignatura, se conservarán de la convocatoria ordinaria a la convocatoria extraordinaria.



La recuperación de las prácticas desarrolladas durante el curso, no implica necesariamente que ésta consista en una mejora de los trabajos ya entregados, pudiendo consistir en un ejercicio que permita evaluar las competencias no adquiridas en las prácticas suspensas.

Las condiciones para el aprobado y la nota final siguen siendo las mismas.

OBSERVACIONES

Asistencia a clase: La asistencia a clase es obligatoria (80%). Se tendrá en cuenta, de cara a la calificación, en los siguientes casos:

- Entregas de prácticas. Las prácticas que impliquen la entrega física sólo se recogerán en persona.
- Sesiones críticas y exposición oral de trabajos.
- Realización de pruebas escritas.

Tutorías: No se atenderán en tutorías individuales consultas sobre prácticas o teoría al alumnado que no haya acudido a la clase correspondiente.

Plagio y trabajo personal: Los trabajos deberán ser originales. Cuando se empleen fragmentos ajenos deberán estar adecuadamente citados. Los trabajos con casos de plagio total o parcial serán calificados con un cero (0). Del mismo modo, cada persona se representará a sí misma en los trabajos realizados, quedando terminantemente prohibido presentar trabajos, pruebas o exámenes suplantando a otro estudiante. El plagio y la suplantación podrán ser, además de suspenso en la asignatura, objeto de expediente y de denuncia al tratarse de un delito.

El uso de las IA generativas en la resolución de los trabajos planteados en el aula debe concebirse como un recurso que permite ampliar y enriquecer las soluciones aportadas. **El objetivo principal es hacer un uso de las IA generativas como herramientas complementarias en el proceso creativo, evitando su dependencia y uso irresponsable.**

Ortografía y calidad en la presentación de trabajos: En la calificación de las actividades, trabajos y exámenes universitarios serán evaluados no solo los contenidos, sino también todos los aspectos que contribuyen a una correcta expresión escrita o gráfica como son la presentación formal, la pulcritud, la estructura y organización de las ideas y contenidos, la correcta ortografía, la puntuación, etc. En definitiva, se evaluará que la expresión, tanto escrita como gráfica, sea la correspondiente a un nivel universitario.

VII.B.- Evaluación de estudiantes con dispensa académica de asistencia a clase

La concesión de Dispensa Académica de Asistencia a Clase (DAAC no implica que el estudiante quede automáticamente eximido de participar en las actividades de evaluación continua ni en las actividades formativas presenciales de asistencia obligatoria establecidas en la guía docente. Una vez concedida la dispensa, el estudiante deberá contactar con el docente, que podría proponerle las adaptaciones que considere convenientes, siempre que garanticen la adquisición y adecuada evaluación de los resultados de aprendizaje previstos. El estudiante deberá mantener a lo largo de curso una comunicación fluida con el docente para que este le proporcione información sobre las fechas en que se realizarán esas actividades formativas y de evaluación, en caso de que su programación no estuviese ya fijada y a disposición de los estudiantes en el momento de la concesión de la dispensa.

Asignatura con posibilidad de dispensa: No

VII.C.- Revisión de las pruebas de evaluación

Se realizará conforme al Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

VII.D.- Estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales



A fin de garantizar la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico, los y las estudiantes con discapacidad o con necesidades educativas especiales podrán solicitar adaptaciones curriculares para el seguimiento de sus estudios. Esas adaptaciones serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad de la Universidad Rey Juan Carlos, de acuerdo con la normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad de la Universidad.

Dicha Unidad emitirá un informe de adaptaciones curriculares, por lo que los y las estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales deberán contactar con la Unidad (discapacidad.programa@urjc.es), a fin de analizar conjuntamente las distintas alternativas.

VII.E.- Conducta académica, integridad y honestidad académica

La Universidad Rey Juan Carlos está plenamente comprometida con los más altos estándares de integridad y honestidad académica, por lo que estudiar en la URJC supone asumir y suscribir los valores de integridad y la honestidad académica recogidos en el Código Ético de la Universidad (<https://www.urjc.es/codigoetico>).

Para acompañar este proceso, la Universidad dispone de la Normativa de Convivencia de la Universidad Rey Juan Carlos (<https://www.urjc.es/images/Universidad/Presentacion/normativa/normativa%20convivencia%20universitaria.pdf>) y de diferentes herramientas (antiplagio, supervisión) que ofrecen una garantía colectiva para el completo desarrollo de estos valores esenciales.

VIII.-Recursos y materiales didácticos

Bibliografía básica

Frutiger, Sánchez Rodrigo y Romaguera I Ramió. *Signos, símbolos, marcas, señales*. 8ª ed. GG Diseño. México [etc.]: Gustavo Gili, 2002.

Dondis, Donis A. *La sintaxis de la imagen: introducción al alfabeto visual*. 2ª ed. Barcelona: Gustavo Gili, 2018.

De Bono, Edward. *El pensamiento lateral: manual de creatividad*. Paidós Plural ; 4. Barcelona [etc.]: Paidós, 2007.

Wheeler, Alina. *Diseño de marcas: una guía esencial para todo equipo creativo de marcas*. 5ª ed. Espacio De Diseño. Madrid: Anaya Multimedia, 2018.

Jenny, Peter. *La mirada creativa*. 1ª Ed., 2ª Tirada. ed. Barcelona: Gustavo Gili, 2013.

Jardi, Enric y Joan Costa. *Pensar con imágenes*. Barcelona: Gustavo Gili, 2012.

Shaughnessy, Adrian. *Cómo ser diseñador gráfico sin perder el alma: Adrian Shaughnessy*. Barcelona: Index Book, 2005.

Wong, Wucius. *Principios del diseño En Color: diseñar con colores electrónicos*. 6ª ed. GG Diseño. Barcelona [etc.]: Gustavo Gili, 2001.

Wong, Wucius. *Fundamentos del diseño*. 1ª Ed., 8ª Tirada. ed. GG Diseño. Barcelona: Gustavo Gili, 2007.

Heller, Eva. *Psicología del color: cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. 1ª Ed. 7ª Tirada. ed. Baelona: Gustavo Gili, 2007.

Munari, Bruno. *Diseño y comunicación visual: contribución a una metodología didáctica*. 1ª Ed., 17ª Tirada En GG Diseño. ed. GG Diseño. Barcelona: Gustavo Gili, 2013.

Aicher, Otl y Joaquín Chamorro Mielke. *El mundo como proyecto*. 2ª ed. GG Diseño. Barcelona [etc.]: Gustavo Gili, 1997.

González Miranda, Elena y Tania Quindós. *Diseño de iconos y pictogramas*. Bilbao: Universidad del País Vasco, 2014.

Visocky O'Grady, Jenn y Ken. *Manual de Investigación para diseñadores*. Barcelona: Blume, 2018

Chaves, Norberto. *La imagen corporativa: teoría y práctica de la identificación institucional*. 5ª ed. GG Diseño. México [etc.]: Gustavo Gili, 1999.

Aicher, Otl. *Tipografía*. Valencia: Campgràfic Editors s.l., 2004

Alberto R. Rodríguez Pérez. *La marca Compostela. Memoria gráfica de un símbolo*. España: Asociación Cultural Rocamadour, 2021

Chaves, Norberto. *La marca país en América Latina. Bases teórico-técnicas de su diseño y auditoría de las marcas de veinte países*. Madrid: Experimenta libros, 2020

Chaves, Norberto. *Marca Gráfica. Corporativa, institucional y de lugar*. Madrid: Experimenta libros, 2021

Chaves, Norberto. *Mercurio Gráfico. Intérprete y mensajero de los demás*. Madrid: Experimenta libros, 2021

Chaves, Norberto. *Tipologías marcarias. Parámetros clasificatorios de logotipos, símbolos y fondos gráficos*. Madrid: Experimenta libros, 2021

Costa, Joan y Pol, Santiago. *El Cartel. Arte múltiple en la sociedad urbana*. Madrid: Experimenta libros, 2022



Cruz Novillo, Pepe. <i>Cruz Novillo: Logos</i> . United Kingdom: Counter-Print, 2021
Dacosta, Marc y Bova, Ro. <i>QSL? (Do You Confirm Receipt of My Transmission?)</i> . New York, Standards Manual, 2022
Díaz, Sonia y Martínez, Gabriel. <i>Confluencias. Supersignos gráficos. Félix Beltrán y Cruz Novillo</i> . Madrid: Experimenta libros, 2021
Fontana, Rubén. <i>La palabra, la letra y la página</i> . Valencia: Campgràfic Editors s.l., 2019
García Garrido, Sebastián. <i>Diseño de Comunicación Corporativa. Marca y Diseño Estratégico</i> . Madrid: Experimenta libros, 2019
García Garrido, Sebastián. <i>Diseño de la identidad visual de las instituciones</i> . Madrid: Experimenta libros, 2021
Glaser, Milton; Maeda, John y Geismar, Tom/Sagi, Haviv. <i>Identity: Chermayeff & Geismar & Haviv</i> . New York, Standards Manual, 2018
González Solas, Javier. <i>Identidad visual corporativa, la imagen de nuestro tiempo</i> . Madrid: Síntesis, 2002
Herrera Fernández, Eduardo y Fernández Iñurritegui, Leire. <i>Historias que marcan. Origen y significado de 50 marcas gráficas</i> . Barcelona: Gustavo Gili, 2018
Itten, Johannes. <i>El arte del color</i> . Barcelona: Gustavo Gili, 2020
Koch, Rudolf. <i>El libro de los símbolos</i> . España: Ediciones Obelisco, 2021
Leborg, Christian. <i>Gramática visual</i> . Barcelona: Gustavo Gili, 2013
Loxley, Simon. <i>La belleza de los tipos</i> . Valencia: Campgràfic Editors s.l., 2021
Lupton, Ellen y Abbott Miller, J. <i>El ABC de la Bauhaus</i> . Gustavo Gili, 2019
Müller, Jens. <i>Logo Modernism</i> . Köln: TASCHEN, 2015
Nosal, Alexa (ed.). Martin Solomon. <i>Un trabajo en curso</i> . Valencia: Campgràfic Editors s.l., 2019
Raposo, Daniel (Ed.). <i>Comunicar Visualmente. El diseño gráfico de la marca</i> . Madrid: Experimenta libros, 2020
Unger, Gerard. <i>Teoría del diseño de tipos</i> . Valencia: Campgràfic Editors s.l., 2021
Brea, Guillermo. <i>BrandBook, ideas sobre marca y diseño</i> . Bs. As.: Wolkowicz editores, 2020
Bibliografía complementaria
Müller-Brockmann, Josef. <i>Sistemas de retículas: un manual para diseñadores gráficos</i> . 3ª Ed., 2ª Tirada. ed. Colección GG Diseño. Barcelona: Gustavo Gili, 2014.
Johansson, Kaj, Peter Lundberg y Robert Ryberg. <i>Manual de producción gráfica: recetas</i> . Barcelona: Gustavo Gili, 2004.
Frascara, Jorge y Rubén Fontana. <i>Diseño gráfico para la gente: comunicación de masas y cambio social</i> . 2ª ed. Biblioteca De Diseño. Buenos Aires: Infinito, 2000.
Swystun, Jeff, Interbrand. <i>El Glosario de las marcas</i> . 1a. ed. Madrid: LID, 2008.
Phillips, Peter L y Cecilia Aura. <i>Cómo crear el brief de diseño perfecto</i> . Barcelona: Divine Egg, 2006.
Costa, Joan. <i>Imagen corporativa en el siglo XXI</i> . 2ª ed. Inclusiones. Categorías. Buenos Aires: La Crujía, 2003.

Villafaña, Justo. *La gestión profesional de la imagen corporativa*. Madrid: Pirámide, 2011.

Pérez Tomé, Julio, Gerardo Díaz Ferrán y Christopher Smith. *Beautiful pyme: ideas prácticas de marketing y comunicación para pequeñas y medianas empresas*. Madrid: McGraw-Hill, 2006.

Villafaña, Justo. *Imagen positiva: gestión estratégica de la imagen de las empresas*. Empresa y Gestión. Madrid: Pirámide, 2008.

Costa, Joan. *La imagen de marca: un fenómeno social*. 1ª Ed., 5ª Imp. ed. Paidós Diseño ; 2. Barcelona [etc.]: Paidós, 2012.

IX.-Profesorado

Nombre y apellidos	MARIA DEL VALLE RICO PACHECO
Correo electrónico	valle.rico.pacheco@urjc.es
Categoría	Investigador
Responsable de asignatura	No
Horario de Tutorías	Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	0
Nº de Sexenios	0
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	1
Nombre y apellidos	MARIO MIMOSO LOPEZ
Correo electrónico	mario.mimoso@urjc.es
Departamento	Artes y Humanidades
Categoría	Profesor/a Asociado/a
Responsable de asignatura	No
Horario de Tutorías	Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	0
Nº de Sexenios	0
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	0
Nombre y apellidos	MONICA GRACIELA GARRIE-FAGET GUEVARA



Correo electrónico	monica.garrie.faget@urjc.es
Departamento	Artes y Humanidades
Categoría	Profesor/a Ayudante Doctor/a
Titulación académica	Doctor
Responsable de asignatura	No
Horario de Tutorías	Para consultar las tutorias póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	2
Nº de Sexenios	0
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	2
Nombre y apellidos	DAVID GIL MERINO
Correo electrónico	david.gil@urjc.es
Departamento	Artes y Humanidades
Categoría	Profesor/a Asociado/a
Responsable de asignatura	Si
Horario de Tutorías	Para consultar las tutorias póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	0
Nº de Sexenios	0
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	1