



Escuela Superior
de Diseño
de Aragón

ESDA™

ENSEÑANZAS ARTÍSTICAS SUPERIORES
DE GRADO EN DISEÑO DE MODA

GUÍAS DOCENTES 2023/2024. 2º SEMESTRE **GESTIÓN DEL DISEÑO DE MODA II**

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA
 - 1.1. Asignatura
 - 1.2. Profesores
2. DESCRIPCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA ASIGNATURA
 - 2.1. Breve descripción
 - 2.2. Contextualización
3. CONTENIDOS
4. COMPETENCIAS
 - 4.1. Generales
 - 4.2. Transversales
 - 4.3. Específicas de la especialidad
5. METODOLOGÍA
 - 5.1. Técnicas docentes
 - 5.2. Desarrollo
 - 5.3. Trabajo del alumno
 - 5.4. Actividades evaluables
 - 5.5. Bibliografía
6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN
 - 6.1. Instrumentos para la evaluación
 - 6.2. Criterios para la evaluación
7. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN
8. CRONOGRAMA
9. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS
10. ACUERDOS DEL DEPARTAMENTO RESPONSABLE
11. ACUERDOS DE COORDINACIÓN
12. EL ALUMNO EN LA EVALUACIÓN DE LA ASIGNATURA



Escuela Superior
de Diseño
de Aragón

ESDA™

CURSO 2023/2024
ESPECIALIDAD DISEÑO DE MODA
GESTIÓN DEL DISEÑO DE MODA II

1. IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

1.1. Asignatura

Denominación	Gestión del Diseño de Moda II
Tipo	Obligatoria
Materia	Gestión del Diseño de Moda
Especialidad	Diseño de Moda
Curso y semestre	3 ^{er} curso: 2º semestre
Nº créditos ECTS	2
Horas lectivas semanales	4 horas (1 h clase + 3 h ADD)
Horario de impartición	Por determinar
Departamento	Historia y Ciencias Sociales aplicadas al Diseño

1.1. Profesores

Nombre	Correo	Grupo
Saúl Domínguez Albero	sdomin@esda.es	3º A y B

2. DESCRIPCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA ASIGNATURA

2.1. Breve descripción

La asignatura Gestión del Diseño de Moda II facilita los conocimientos teóricos y prácticos, así como las técnicas y herramientas necesarias para gestionar correctamente el diseño y sacar el máximo rendimiento del mismo.

2.2. Contextualización

La asignatura Gestión del Diseño de Moda II tiene por finalidad proporcionar a los alumnos de Diseño de moda la formación necesaria para articular correctamente la protección jurídica del diseño de moda y otros procesos empresariales característicos del sector, colaborando en la adquisición de los objetivos generales del perfil profesional del diseñador y contribuyendo a su capacitación profesional.

En concreto, esta asignatura persigue dotar al alumno de las competencias necesarias para un desarrollo profesional acorde con la legislación, teniendo en cuenta el entorno social, económico y comercial, en aspectos clave como:

- Conocimiento de la industria de la moda y sus ciclos de producción.
- Protección de la propiedad intelectual y gestión de derechos de autor.
- Protección jurídica del diseño de moda en el ámbito de la propiedad industrial.
- Gestión de proyectos de diseño de moda.
- Gestión medioambiental y de la calidad del diseño.
- Gestión de marcas de moda: normativa aplicable, creación de marcas de moda y administración en el tiempo.
- Nuevos medios y comunicación del sistema de la moda.
- Métodos de investigación y experimentación propios de la materia.

3. CONTENIDOS

Gestión de proyectos de diseño de moda.

La industria de la moda, ciclos de producción.

Gestión de calidad, control de calidad.

Estudio legal. Elección de la forma jurídica. Ley de patentes, ley de marcas. Legislación medioambiental.

Producto: marca. Imagen de marca.

Nuevos medios y comunicación del sistema de la moda.

Métodos de investigación y experimentación propios de la asignatura.

4. COMPETENCIAS

4.1. Generales

CG-1 Concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionamientos técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos.

CG-2 Dominar los lenguajes y los recursos expresivos de la representación y la comunicación.

CG-3 Establecer relaciones entre el lenguaje formal, el lenguaje simbólico y la funcionalidad específica.

CG-5 Actuar como mediadores entre la tecnología y el arte, las ideas y los fines, la cultura y el comercio.

CG-6 Promover el conocimiento de los aspectos históricos, éticos, sociales y culturales del diseño.

CG-7 Organizar, dirigir y/o coordinar equipos de trabajo y saber adaptarse a equipos multidisciplinares.

CG-8 Plantear estrategias de investigación e innovación para resolver expectativas centradas en funciones, necesidades y materiales.

CG-9 Investigar en los aspectos intangibles y simbólicos que inciden en la calidad.

CG-10 Ser capaces de adaptarse a los cambios y a la evolución tecnológica industrial.

CG-11 Comunicar ideas y proyectos a los clientes, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo.

CG-13 Conocer el contexto económico, social y cultural en que tiene lugar el diseño.

CG-14 Valorar la dimensión del diseño como factor de igualdad y de inclusión social, y como transmisor de valores culturales.

CG-15 Conocer procesos y materiales y coordinar la propia intervención con otros profesionales, según las secuencias y grados de compatibilidad.

CG-16 Ser capaces de encontrar soluciones ambientalmente sostenibles.

CG-17 Plantear, evaluar y desarrollar estrategias de aprendizaje adecuadas al logro objetivos personales y profesionales.

CG-18 Optimizar la utilización de los recursos necesarios para alcanzar los objetivos previstos.

CG-19 Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de investigación.

CG-20 Comprender el comportamiento de los elementos que intervienen en el proceso comunicativo, dominar los recursos tecnológicos de la comunicación y valorar su influencia en los procesos y productos del diseño.

CG-21 Dominar la metodología de investigación.

CG-22 Analizar, evaluar y verificar la viabilidad productiva de los proyectos, desde criterios de innovación formal, gestión empresarial y demandas de mercado.

Sin perjuicio de las demás competencias trabajadas, aquí recogidas, son competencias generales mínimas de acuerdo con la normativa vigente las siguientes: 5, 7, 11, 21, 22.

4.2. Transversales

- CT-1** Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora.
- CT-2** Recoger información significativa, analizarla, sintetizarla y gestionarla adecuadamente.
- CT-3** Solucionar problemas y tomar decisiones que correspondan a los objetivos del trabajo que se realiza.
- CT-4** Utilizar eficientemente las tecnologías de la información y la comunicación.
- CT-6** Realizar autocrítica hacia el propio desempeño profesional e interpersonal.
- CT-7** Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo de equipo.
- CT-8** Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos.
- CT-9** Integrarse adecuadamente en equipos multidisciplinares y en contextos culturales diversos.
- CT-10** Liderar y gestionar grupos de trabajo.
- CT-11** Desarrollar en la práctica laboral una ética profesional basada en la apreciación y sensibilidad estética, medioambiental y hacia la diversidad.
- CT-13** Conocer el contexto económico, social y cultural en que tiene lugar el diseño.
- CT-15** Trabajar de forma autónoma y valorar la importancia de la iniciativa y el espíritu emprendedor en el ejercicio profesional.
- CT-16** Usar los medios y recursos a su alcance con responsabilidad hacia el patrimonio cultural y medioambiental.
- CT-17** Contribuir con su actividad profesional a la sensibilización social de la importancia del patrimonio cultural y medioambiental, su incidencia en los diferentes ámbitos y su capacidad de generar valores significativos.

Sin perjuicio de las demás competencias trabajadas, aquí recogidas, son competencias transversales mínimas de acuerdo con la normativa vigente las siguientes: 10, 11, 13, 15.

4.3. Específicas de la especialidad

- CEDM-1** Generar propuestas creativas de diseño de moda e indumentaria adecuadas a los condicionamientos materiales, funcionales, estéticos y comunicativos de los supuestos de trabajo.
- CEDM-2** Concebir y materializar proyectos de diseño de moda e indumentaria que integren los aspectos formales, materiales, técnicos, funcionales, comunicativos y de realización.
- CEDM-9** Analizar los estudios de mercado y su incidencia en el desarrollo de nuevos productos y colecciones.
- CEDM-12** Conocer el marco económico y organizativo en el que se desarrolla la actividad empresarial.

CEDM-13 Conocer el contexto económico, social, cultural e histórico en el que se desarrolla el diseño de moda e indumentaria.

CEDM-14 Comprender el marco legal y reglamentario que regula la actividad profesional, la seguridad y salud laboral y la propiedad intelectual e industrial.

CEDM-15 Reflexionar sobre la influencia social positiva del diseño, su incidencia en la mejora de la calidad de vida y del medio ambiente y su capacidad para generar identidad, innovación y calidad en la producción.

Sin perjuicio de las demás competencias trabajadas, aquí recogidas, son competencias específicas mínimas de acuerdo con la normativa vigente las siguientes: 9, 12, 13, 14.

5. METODOLOGÍA

5.1. Técnicas docentes

Sesiones académicas teóricas.

Exposición y debate.

Tutorías individuales.

Tutorías grupales.

Sesiones académicas prácticas.

Las técnicas docentes se desarrollarán con el apoyo de las herramientas de Google Suite, entre otras.

5.2. Desarrollo

Explicación, mediante clase magistral impartida por el profesor, de los contenidos incluidos en los diferentes bloques temáticos correspondientes a la asignatura.

Atención personalizada a cada alumno tanto en la dirección del trabajo a desarrollar como en las cuestiones que puedan surgir a partir de las sesiones teóricas.

5.3. Trabajo del alumno

Actividades	Horas
Actividades dirigidas	19
Clases teóricas	15



Clases prácticas	0
Presentación de trabajos y proyectos	2
Realización de exámenes y revisión	2
Actividades supervisadas	1,5
Asistencia a las tutorías	1,5
Actividades de trabajo autónomo	29,5
Estudio	15
Preparación y realización de trabajos	14,5
Asistencia a exposiciones o conferencias	
TOTAL VOLUMEN DE TRABAJO	50

5.4. Actividades evaluables

La evaluación del estudiante será global, con actividades evaluables durante el período de docencia y con la realización de una prueba final. De manera detallada las pruebas de evaluación a realizar por el estudiante y sus niveles de exigencia son las siguientes:

- Se realizará un **trabajo individual dirigido**, con el que se pretende que el alumno se maneje en la búsqueda, localización e interpretación de conceptos jurídicos y trámites legales. Facilitando, de este modo, la interrelación de los contenidos trabajados en la asignatura con la realidad social, profesional y comercial, y constatando la practicidad de los conocimientos que van adquiriendo.
- Se realizará un **examen escrito final** respecto a los contenidos impartidos en clase y los trabajos realizados.

Evaluación convocatoria ordinaria

La evaluación de la convocatoria ordinaria implicará la superación de las pruebas anteriormente especificadas; valorándose, además de los conocimientos teóricos, la aplicación de los mismos, la actitud del estudiante, su capacidad de autocrítica y su participación activa en las clases.

Evaluación convocatoria extraordinaria

Los alumnos que no han completado o superado con éxito las actividades realizadas a lo largo del primer semestre deberán realizar un examen escrito de los contenidos y entregar el trabajo individual si no fue superado; de tal manera que, en su conjunto, se constate el desarrollo de competencias y la obtención de resultados de aprendizaje similares a los de los estudiantes concurrentes a la convocatoria ordinaria.

5.5. Referencias Bibliográficas

- Alós, A. (2008). *Los Tous*. La Esfera de los Libros.
- Capella, J. y Úbeda, R. (2003). *Copias y coincidencias en defensa de la innovación en el diseño*. Electra.
- Fernández de Córdova, I. (2017). *Comunicar la moda en internet. Medios, marcas, influencers y usuarios*. Editorial UOC.
- Fleishman, M. (2004). *Tu carrera como freelance*. Divine.
- Harris, C. (2017). *The Fundamentals of Digital Fashion Marketing*. Bloomsbury Visual Arts.
- Ibáñez Gimeno, J. M. (2000). *La gestión del diseño en la empresa*. Mc Graw Hill.
- Lecuona López, R. (2005). *Manual sobre gestión de diseño*. Barcelona Centro de Diseño BCD.
- Meadows, T. (2009). *Crear y gestionar una marca de moda*. Blume.
- Montaña, J. y Moll, I. (2007). *El diseño en la empresa. Casos de éxito*. ADCV.
- Okonkwo, U. (2010). *Luxury Online: Styles, Systems, Strategies*. Palgrave Macmillan.
- Olmo Arriaga, J. L. (2008). *Marketing de moda*. Ediciones Internacionales Universitarias.
- Saviolo, S. y Testa, S. (2007). *La gestión de las empresas de moda*. Editorial Gustavo Gili.
- Sicard, M-C. (2007). *Lujo, mentiras y marketing. ¿Cómo funcionan las marcas de lujo?*. Editorial Gustavo Gili.
- Vázquez Casco, A. I. y Martínez Caballero, E. (2006). *Marketing de la Moda*. Pirámide.
- Villafañe, J. (2008). *La gestión profesional de la imagen corporativa*. Pirámide.

6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para la superación de la asignatura y en su calificación se tendrá en cuenta, en el examen escrito así como en el trabajo dirigido y tanto en la convocatoria ordinaria como extraordinaria:

- La capacidad para planificar, organizar y controlar las distintas fases relacionadas con el proceso de desarrollo de nuevos productos de moda.
- La capacidad de elaborar el plan de marketing para el lanzamiento de un nuevo producto de moda.
- La capacidad crítica y el planteamiento de estrategias de investigación.
- El manejo adecuado de la terminología apropiada de cada materia.
- La capacidad de análisis y síntesis.
- La aplicación práctica de los conceptos específicos de cada materia.
- El aporte de conocimientos complementarios adquiridos por el alumno o derivados del aprendizaje de otras materias.
- La aplicación de los conocimientos adquiridos en proyectos específicos desarrollados durante el curso.
- El cumplimiento con los plazos concedidos.
- La expresión con fluidez de los contenidos, sin errores gramaticales, ortográficos y sintácticos.

7. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

A. Normativa general

El Real Decreto 1614/2009, de 26 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas artísticas superiores reguladas por la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación. (BOE 27 de octubre de 2009), en su Artículo 5 dice textualmente:

1. La obtención de los créditos correspondientes a una materia comportará haber superado los exámenes o pruebas de evaluación correspondientes.
2. El nivel de aprendizaje conseguido por los estudiantes se expresará mediante calificaciones numéricas que se reflejarán en su expediente académico, junto con el porcentaje de distribución de estas calificaciones sobre el total de estudiantes que hayan cursado las materias correspondientes en cada curso académico.
3. La media del expediente académico de cada estudiante será el resultado de la aplicación de la siguiente fórmula: suma de los créditos obtenidos por el estudiante multiplicados cada uno de ellos por el valor de las calificaciones que correspondan y dividida por el número de créditos totales obtenidos por el estudiante.

4. Los resultados obtenidos por el estudiante en cada una de las asignaturas del plan de estudios se calificarán en función de la siguiente escala numérica de 0 a 10, con expresión de un decimal, a la que podrá añadirse su correspondiente calificación cualitativa:

0-4,9: Suspenso (SS).

5,0-6,9: Aprobado (AP).

7,0-8,9: Notable (NT).

9,0-10: Sobresaliente (SB).

5. Los créditos obtenidos por reconocimiento de créditos correspondientes a actividades formativas no integradas en el plan de estudios no serán calificados numéricamente ni computarán a efectos de cómputo de la media del expediente académico.

6. La mención de «Matrícula de Honor» podrá ser otorgada a los estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los estudiantes matriculados en una asignatura en el correspondiente curso académico, salvo que el número de estudiantes matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola «Matrícula de Honor».

B. Criterios de calificación de la asignatura

Con carácter general, para ambas convocatorias:

- Para que los alumnos sean evaluados y calificados, deben realizar de modo adecuado y entregar en el tiempo señalado los trabajos propuestos por el profesor, con las especificaciones que en cada caso se particularicen (fecha de entrega, extensión, exposición oral, pautas estructurales y formales, etc).
- La entrega de trabajos habrá de realizarse en el día señalado al efecto. El retraso en la misma implicará una penalización en la calificación e incluso podrá conllevar la no superación de dicho trabajo.
- Si el trabajo es grupal y falta la aportación de algún alumno, éste será calificado con 0 y, para el resto del grupo, la calificación total del trabajo no será superior a 5, salvo que se complete la parte restante y se entregue la tarea completa.
- La ausencia injustificada del 20% del horario lectivo de clases teóricas supondrá la pérdida de evaluación. En tal caso, el alumno no podrá presentarse al examen final ordinario, debiendo realizar una prueba específica.

- Por faltas de ortografía, errores gramaticales y sintácticos, tanto en la prueba teórica-práctica como en los trabajos y en el resto de ejercicios, podrá descontarse hasta un 20% de la nota final. Se calificará teniendo en cuenta: comprensión de la materia, interpretación, capacidad de análisis, capacidad de síntesis, adquisición de conocimientos y aplicación de los mismos, participación en clase y asistencia.

En convocatoria ordinaria:

Se evaluará con base en el siguiente porcentaje: 70% para la prueba escrita y 30% restante para las actividades supervisadas.

En convocatoria extraordinaria:

Se evaluará con base en el siguiente porcentaje: 70% para la prueba escrita y 30% restante para las actividades supervisadas.

Los alumnos con la **asignatura pendiente** deberán ponerse en contacto al principio del cuatrimestre con el profesor responsable de su impartición en el presente curso, para revisar las cuestiones relativas a los contenidos y criterios de evaluación.

8. CRONOGRAMA								
GESTIÓN DEL DISEÑO DE MODA II								
	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8
Clases teóricas	Bloque 1						Bloque 2	
Trabajos clase								
Trabajos ADD	ADD							
	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15 ESTUDIO y EXTRA. SEM1 27-31 mayo	S16 EXAM. ORD. SEM2 3-7 junio



Escuela Superior
de Diseño
de Aragón

ESDA™

CURSO 2023/2024
ESPECIALIDAD DISEÑO DE MODA
GESTIÓN DEL DISEÑO DE MODA II

Clases teóricas	Bloque 2				Bloque 3			
Trabajos clase								
Trabajos ADD	ADD							

CLASES TEÓRICAS	TRABAJOS DE CLASE	TRABAJOS DE ADD
<p>1. Derechos de autor en la industria de la moda:</p> <p>1.1. El marco jurídico de la Propiedad Intelectual</p> <p>1.2. El autor y su obra</p> <p>1.3. Los derechos de autor: Concepto, características y clasificación</p> <p>1.4. Transmisión de los derechos</p> <p>1.5. Protección civil y penal de los derechos de autor</p> <p>1.6. La protección limitada del diseño de moda mediante derechos de autor</p> <p>2. La protección jurídica del diseño industrial:</p> <p>2.1. El marco jurídico de la Propiedad Industrial</p> <p>2.2. El diseño industrial: concepto, tipos y características</p> <p>2.2.1. Diseño registrado en la OEPM</p> <p>2.2.2. Diseño comunitario no registrado</p> <p>2.3. Registrabilidad nacional y mundial del diseño</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Resolución de problemas, casos o supuestos prácticos. - Realización de lecturas, trabajos dirigidos por el profesor. - Búsqueda de informes, normativa y jurisprudencia. - Manejo de bases de datos, realización de organigramas, mapas conceptuales y resúmenes. - Webquest. - Actividades de gamificación en el aula. 	<p>El alumno llevará a cabo un trabajo supervisado por el profesor en concepto de actividad docente dirigida, compuesta por una o varias tareas, las cuales versarán sobre los contenidos trabajados en la asignatura y permitirán verificar la adquisición de las competencias mínimas exigidas por la legislación y recogidas en esta guía.</p>



Escuela Superior
de Diseño
de Aragón

ESDA™

CURSO 2023/2024
ESPECIALIDAD DISEÑO DE MODA
GESTIÓN DEL DISEÑO DE MODA II

<p>industrial. El proceso de registro.</p> <p>2.4. Protección en ferias y muestras</p> <p>2.5. La acumulación de propiedad industrial y derechos de autor en la protección del diseño de moda</p> <p>2.6. La protección de diseños de moda en el metaverso</p> <p>2. Registro y desarrollo de la marca de moda:</p> <p>2.1. Ley de Marcas: Concepto y creación de una marca de moda</p> <p>2.2. Registrabilidad nacional y mundial. El proceso de registro</p> <p>2.3. Protección de la marca de moda y elementos sujetos a protección</p> <p>2.4. Alcance de la protección de marca en el metaverso</p>		
---	--	--

COMENTARIOS:

El cronograma anterior es de naturaleza orientativa y la temporalización de los contenidos y trabajos es susceptible de adaptación a criterio del docente y de acuerdo con las particularidades del curso académico.

9. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

Se aprovecharán los distintos eventos y actividades organizadas por la ESDA, tales como los Encuentrazos o las Jornadas, para observar la ejecución práctica de conocimientos vinculados a la materia y su aplicación en el mundo laboral, académico y cotidiano, a través de las experiencias de los intervinientes en las mismas.

10. ACUERDOS DEL DEPARTAMENTO RESPONSABLE

Los trabajos de actividades docentes dirigidas tienen que ser supervisados por el profesor/a de la asignatura.

Cualquier detección de plagio en un trabajo supone el suspenso en la convocatoria correspondiente.

Es requisito indispensable para aprobar los trabajos que las citas, notas a pie de página y referencias bibliográficas se adapten a las normas establecidas con tal fin (APA) y a las indicaciones dadas por los profesores/as.

11. ACUERDOS DE COORDINACIÓN

En Coordinación de Diseño de Moda se aprueba mantener un listado de criterios que afectarán a la calificación de todos los trabajos teóricos y de investigación, tanto en asignaturas teóricas como prácticas.

1. Expresión fluida de contenidos, sin errores gramaticales, ortográficos y sintácticos. Se tendrá en cuenta, pudiendo afectar a la nota final el exceso de faltas de ortografía y de acentuación.
2. Corrección en la presentación de trabajos propuestos, con las especificaciones que en cada caso se particularizan (extensión, exposición oral, pautas estructurales y formales, etc).
3. Capacidad para buscar información: coherencia en la documentación aportada y en el análisis de la misma.
4. Corrección y calidad de la presentación. Maqueta apropiada para transmitir claramente la información.
5. Corrección en la relación de las fuentes consultadas.
6. Los trabajos deberán incluir si lo precisan citas, notas al pie y referencia bibliográfica según las siguientes indicaciones:

Libros:

Autor Apellido e inicial(es) de los nombre(s)

Año de publicación (entre paréntesis)

Título del libro en cursiva

Lugar de publicación: Editorial

Publicaciones periódicas y seriadas:

Autor Apellido e inicial(es) del nombre(s)

Fecha de publicación

Título del artículo entrecomillado

Título de la revista en cursiva

Volumen

Número si es una revista de paginación separada

Páginas si es un periódico o magazine se utiliza p. o pp. antes del número o números de la página. Si se trata de una revista, únicamente se indica los números de página sin poner p. o pp.

Si se trata de un periódico, el nombre de la publicación va en cursiva y no se pone la ciudad donde se publica

Documentos electrónicos:

Autor Apellido e inicial(es) del nombre(s)

Título del documento

Fecha de publicación

Fecha de consulta

Dirección URL-Universal Resource Locator

En la asignatura, podrán trabajarse, directa o indirectamente, aspectos de intervención educativa en diseño social y/o diseño para la innovación social. Esto podrá requerir, en su caso, coordinación con el ESDA DESIS Lab, con otras asignaturas o con agentes externos; circunstancia que será adecuadamente comunicada a Jefatura de Departamento y Dirección, y se reflejará en la memoria de la asignatura.

12. EL ALUMNO EN LA EVALUACIÓN DE LA ASIGNATURA

El alumno podrá participar en la evaluación de la asignatura a través de las encuestas que proporciona el Centro dentro del sistema de garantía de calidad.