



**UNIVERSIDAD DEL
ATLÁNTICO MEDIO**

GUÍA DOCENTE

**ASIGNATURA: MERCADOS DE
COMUNICACIÓN Y MODELOS DE
NEGOCIO**

**TITULACIÓN: GRADO DE
COMUNICACIÓN**

MODALIDAD PRESENCIAL

CURSO ACADÉMICO 2019-2020

ÍNDICE

RESUMEN	3
DATOS DEL PROFESORADO	3
REQUISITOS PREVIOS	5
COMPETENCIAS	5
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	6
CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA	6
METODOLOGÍAS	6
ACTIVIDADES FORMATIVAS	7
SISTEMA DE EVALUACIÓN	7
BIBLIOGRAFÍA	9

RESUMEN

Centro	Facultad de Comunicación		
Titulación	GRADO EN COMUNICACIÓN		
Asignatura	Mercados de Comunicación y Modelos de Negocio	Código	F2C1G03021
Materia	Comunicación		
Módulo			
Carácter	Obligatoria		
Curso	3º		
Semestre	6		
Créditos ECTS	6		
Lengua de impartición	Castellano		
Curso académico	2019-2020		

DATOS DEL PROFESORADO

Responsable de Asignatura	JUAN JOSÉ PÉREZ ESTÉVEZ
Correo electrónico	juanj.perez@pdi.atlanticomedio.es
Teléfono	828-019-019
Tutorías	Lunes 17:00 a 18:00

RESUMEN

Esta asignatura se orienta a facilitar un conocimiento teórico amplio al alumnado acerca de la historia y del panorama actual de las principales industrias audiovisuales que existen en nuestro entorno y como estas operan bajo sus propios modelos de negocio. Dada la vertiginosidad y el crecimiento constante de las tecnologías que cimientan buena parte de esos modelos de negocio, debemos entender su nacimiento y desarrollo para prever su futuro crecimiento o transformación. Dentro del amplio mercado de la comunicación, las diferentes

industrias desde la editorial hasta la cinematográfica pasando por otras como los videojuegos o la música, contienen sus propias reglas y dinámicas que explican su permanente cambio. Entender como han surgido y como operan dotará a los futuros profesionales del sector del conocimiento necesario no solo para entender los mercados audiovisuales, sino también para facilitar sus elecciones emprendedoras en aquellos que les resulten más atractivos. Precisamente catalizar desde el conocimiento el espíritu emprendedor del alumnado es también una competencia a desarrollar desde esta asignatura.

Por todo lo anterior, es importante estudiar la realidad de las diferentes industrias del mercado de la comunicación, conocer sus magnitudes y a la vez entender sus modelos de negocio. La idea es fomentar la capacidad para poder trabajar en esas industrias en las diferentes fases de sus ciclos de proyecto, uniendo el espíritu emprendedor con el creativo dada la especial condición artística de este ámbito.

De forma resumida los epígrafes o temas que se trabajarán en la asignatura son:

1. Las industrias culturales y creativas en Europa.
 - 1.1 Breve historia y panorama actual en el continente.
 - 1.2 Volumen del mercado y modelos de negocio.
2. Grupos de Comunicación: principales operadores y estructura de los holdings.
3. La industria Editorial y la Prensa: desarrollo, transformación digital panorama actual y futuro del sector.
4. La industria televisiva:
 - 4.1: Historia, canales, plataformas y perspectivas.
 - 4.2: Formatos, modelos de negocio y cambios en el mercado.
5. La industria cinematográfica:
 - 5.1 Breve historia del cine y su mercado en nuestro país.
 - 5.2 De la gran producción al cine digital: la oportunidad de Canarias.
6. El sector de los Videojuegos y su peso en el mercado global: modelos de negocio, principales productores y niveles de consumo.
7. El sector de la Música: evolución y cambios a partir de las nuevas plataformas digitales.
8. El sector radiofónico:
 - 8.1 Historia de la radio en nuestro país y composición del mercado.
 - 8.2 Modelos de negocio y cambios durante la era de internet.
9. El sector de Internet y el resto de negocios culturales: teatro, ópera, festivales...
10. La industria museística y su adaptación a la era digital.

Durante el tiempo de impartición de la asignatura tendrán lugar sesiones o Masterclass con la presencia de expertos y expertas de las diferentes industrias que en los anteriores epígrafes están desglosadas, intentando contar con un testimonio que refuerce no solo la idea general de la realidad de cada sector, sino incluso las particularidades de estos en el ámbito de Canarias.

REQUISITOS PREVIOS

Los requisitos previos para cursar esta asignatura son los mismos que se requieren para poder matricularse en las asignaturas de este nivel del Grado. No es un requisito previo, pero durante el tiempo de la impartición de clases, será necesario leer y seguir el documento de guía y modelo sobre los contenidos mínimos y los criterios de evaluación del trabajo práctico para poder realizarlo.

COMPETENCIAS

BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Conocer los contextos, culturales, sociales, económicos y políticos necesarios que permitan relacionarse con la sociedad.

CG4 - Capacidad de transmitir información, ideas, problemas y soluciones, tanto a audiencias expertas como no expertas en el ámbito de la comunicación.

CG6 - Saber innovar en los métodos de autoaprendizaje y autoevaluación, siguiendo criterios de calidad.

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

ESPECÍFICAS

CE1 - Entender los elementos de la comunicación en los ámbitos periodístico, publicitario y audiovisual a partir de las competencias propias según cada disciplina.

CE3 - Capacidad y habilidad para idear, planificar y ejecutar proyectos comunicativos.

CE6 - Demostrar el uso profesional de las tecnologías y técnicas comunicativas para procesar, elaborar y transmitir información, con especial hincapié en los nuevos soportes.

CE7 - Saber dirigir la oficina de comunicación de una institución pública o privada.

CE11 - Capacidad para reflexionar sobre el panorama del universo comunicativo actual, considerando los mensajes como fruto de una sociedad determinada, producto de las condiciones sociopolíticas y culturales de un momento histórico determinado.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Capacidad para utilizar las nuevas tecnologías para el diseño y transmisión informativa.

Capacidad para entender los elementos de la comunicación en los ámbitos periodístico, publicitario y audiovisual a partir de las competencias propias según cada disciplina.

Capacidad para utilizar con destreza las lenguas española e inglesa de forma oral y escrita, en general, y su adaptación a los usos específicos en los medios de comunicación.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

MERCADOS DE COMUNICACIÓN Y MODELOS DE NEGOCIO

Las industrias culturales y creativas en Europa.

Grupos de Comunicación.

La industria Editorial y la prensa.

El sector radiofónico.

La industria televisiva.

La industria cinematográfica.

El sector de la Música.

El sector de los Videojuegos.

El sector de Internet y otros negocios culturales.

La industria museística.

METODOLOGÍAS

Método expositivo. Lección magistral

Estudio individual

Resolución de problemas

Metodología por proyectos

Tutoría presencial (individual y/o grupal)

Heteroevaluación, autoevaluación y coevaluación

ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS
Clases expositivas	33
Visitas a centros de interés	0
Proyectos y trabajos	27
Tutoría y seguimiento	4
Evaluación	8
Trabajo autónomo del alumno	68
Prácticas	6
Talleres	3
Estudios de casos	1

"Las actividades formativas tienen un porcentaje de presencialidad del 100% a excepción del Trabajo Autónomo del Alumno."

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Los porcentajes que se aplican a los distintos sistemas de evaluación para la obtención de la nota final de evaluación se indican en la tabla siguiente:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE
Asistencia y participación activa	10%
Realización de trabajos y prácticas	25%
Pruebas de evaluación teórico-prácticas	65%

Sistemas de evaluación

- Convocatoria ordinaria

Los criterios de evaluación se dividen como vemos en la tabla anterior en tres categorías:

- La asistencia y participación activa hasta un máximo de 10 puntos: se tendrá en cuenta no solo el criterio de asistencia mínima exigible sino también la participación en clase a través de preguntas, aportaciones, opiniones,

proactividad en las dinámicas prácticas o la posibilidad de entregar algún trabajo voluntario no comprendido en los criterios de los 90 puntos restantes.

- La realización de un trabajo práctico supondrá la evaluación de 25 puntos sobre el total. Este trabajo consiste en la elaboración de un un Plan de Negocio original orientado a alguna de las industrias audiovisuales trabajadas en la asignatura. El trabajo ha de presentarse en formato word, con un mínimo de 2.600 PALABRAS, unas 10-12 páginas aprox. en en el forma de letra, interlineado y justificación que da la propia universidad. La estructura de este trabajo (epígrafes básicos) se expondrá en las primeras clases. En ese documento anexo que se facilitará al alumnado se expondrán los objetivos de esta práctica y el enfoque de la redacción que debe dar el alumnado, así como el formato y los contenidos mínimos que deben incluirse. Existiría la posibilidad de sustituir la elaboración del Plan de Negocio por un Informe o Estudio historiográfico sobre algún caso de éxito real acaecido durante los últimos años en alguna de las industrias audiovisuales estudiadas. El formato y alcance tendría que ceñirse también a los mínimos requeridos para el Plan de Negocio. Durante las primeras clases se explicará también esta segunda posibilidad.
- El examen final conllevará la evaluación de los restantes 65 puntos. Se trata de una prueba escrita de dos horas de duración y que tendrá dos partes: 1 pregunta de desarrollo a modo de caso práctico a elegir entre 2 opciones de planes de negocios en industrias culturales y creativas y de dos páginas (caras) como máximo; 15 preguntas tipo test.

- Convocatoria extraordinaria y siguientes

Cuando no se haya superado la asignatura en la Convocatoria Ordinaria se podrá acudir a la Convocatoria Extraordinaria.

A la Convocatoria Extraordinaria se podrá acudir con una sola de las partes suspendidas (Examen y Trabajo) o con ambas, ya que en esta Convocatoria sí se guardarán las notas de las partes aprobadas.

Tanto el Examen como el Trabajo serán distintos a los de las Convocatoria Ordinaria. Por lo tanto, si un Trabajo está suspendido no será posible presentar el mismo con las correcciones necesarias, sino realizar uno completamente nuevo y desde cero, siendo igualmente necesario el visto bueno del profesor respecto a la elección de este nuevo trabajo.

Si un alumno suspende una de las partes (examen teórico-práctico, trabajos y prácticas) en convocatoria ordinaria y en extraordinaria, el alumno debe volver a cursar la asignatura completamente, ya que no ha adquirido las competencias de la misma.

Criterios de calificación

El criterio de evaluación general consiste en que cada tarea se valora con una calificación de 0 a 10. Para obtener la nota media final, deberán aprobarse cada una de las actividades de evaluación realizadas con una calificación igual o superior a 5.

La asistencia a todas las clases es obligatoria durante todo el curso académico.

Como norma general se tendrá en cuenta lo siguiente:

- Sólo tendrá derecho a examen aquel alumno que haya demostrado una progresión adecuada durante el curso, para lo cual se requiere un mínimo del 75% de asistencia a la asignatura.

Las faltas de asistencia el día anterior y/o el mismo día de un examen, a cualquier asignatura que se imparta, se computarán como faltas dobles

BIBLIOGRAFÍA

- Básica
- aguiar losada, E. "Las industrias culturales y creativas en España". Cátedra UAM-Accenture en Economía y Gestión de la Innovación. 2014.
- ÁLVAREZ MONZONCILLO, JOSÉ MARÍA & LÓPEZ VILLANUEVA, JAVIER. "La situación de la industria cinematográfica española: políticas públicas ante los mercados digitales". Fundación Algernativas. 2006.
- Badillo, Angel & Pérez Alaejos, M^a de la Peña. Estructura del mercado radiofónico español. Transformaciones y tendencias del clivaje público/privado en el sistema radiofónico. Universidad de Salamanca. 2012.
- BELDA NAVARRO, CRISTÓBAL & MARÍN TORRES, MARÍA TERESA. "La Gestión de los museos: análisis de las políticas museísticas en la península ibérica". Universidad de Murcia. 2011.
- BERNÁRDEZ RODAL, ASUNCIÓN. "Industrias culturales en España en los últimos diez años: estrategias de supervivencia de las mujeres profesionales en las artes escénicas en un período de crisis.". Universidad Complutense de Madrid. 2014.
- BOLAÑOS, MARÍA. "Historia de los museos en España. 2.^a edición, revisada y ampliada". Editorial Trea. 2008.
- BOIX, RAFEL & LAZZERETTI, LUCIANA. "Las industrias creativas en España: una panorámica". Investigaciones Regionales. 22 – Páginas 181 a 206. 2011.

- Bustamante Ramírez, Enrique. Las industrias culturales y creativas. Periférica Internacional. Revista Para El Análisis De La Cultura Y El Territorio, (18)
- CAPARRÓS LERA, JOSÉ MARÍA. "Historia del cine español". T & B Editores. 2018.
- Celaya, Javier & Rausell Köster, Pau & Villarroya Planas, Anna. "La internacionalización de las industrias culturales y creativas españolas". Fundación Alternativas. 2013.
- CID MARTÍNEZ, EVA. "Portal o la ciencia del videojuego". Editorial Héroes de Papel. 2016.
- CORREDOR LANAS, PATRICIA & BUSTAMANTE RAMÍREZ, ENRIQUE. "Las industrias creativas en Europa". Revista Telos / Telefónica. 2012.
- GILABERT GONZÁLEZ, LUZ MARÍA. "El patrimonio industrial y los museos: evolución histórica y propuestas museísticas en Europa". Universidad de Murcia. 2009.
- GUERRERO PÉREZ, ENRIQUE. "El entretenimiento en la televisión española: historia, industria y mercado". Deusto Ediciones. 2010.
- GUERRERO PÉREZ, ENRIQUE. "Guión y producción de programas de entretenimiento (Comunicación)". Ediciones Universidad de Navarra. 2013.
- MARTA-LAZO, CARMEN y ORTIZ SOBRINO, MIGUEL ÁNGEL. "La información en radio. Contexto, géneros, formatos y realización (Fragua Comunicación)". Editorial Fragua. 2016.
- MÁXIMO LESA, JOSÉ. "Historia de la Música en España e Hispanoamérica". Ed. Fondo de Cultural Económica de España. 2014.
- McANDREW, CLAIRE. "El mercado español del arte en 2017". Fundación Bancaria La Caixa. 2017.
- MIRÓN PÉREZ, MIGUEL. "La reinención de la industria cultural en España". Ritmos 21. Millennial Culture Information. 2016.
- ORTIZ, MIGUEL ÁNGEL y VOLPINI, FEDERICO. "Diseño de programas de radio: Guiones, géneros y fórmulas (Comunicación)". Ediciones Paidós. 1995.
- Peinado Miguel, Fernando & Rodríguez Barba, Dolores & Rodríguez Pallarés, Miriam. "Hacia un nuevo modelo de negocio radiofónico: la radio corporativa". Ediciones Complutense. 2016
- Pérez Rufí, José Patricio & Gómez Pérez, Francisco Javier & Navarrete Cardero, Luís. "La industria televisiva en España: crisis y nuevas oportunidades". Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura. 2013
- Sánchez Balaguer, Juan José & Arroyo Serrano, Santiago & Parra Azor, José Francisco & Verdú Jover, Antonio José. "Las industrias culturales y creativas en Iberoamérica: evolución y perspectivas". Cátedra Iberoamericana 'Alejandro Roemmers' de Industrias Culturales y Creativas de la Universidad

Miguel Hernández de Elche – Fundación Iberoamericana de las Industrias Culturales y Creativas. 2018.

- VARIOS AUTORES. "Comercio Interior del Libro en España". Federación de Gremios de Editores de España. 2017.
 - VARIOS AUTORES. "Global Music Report 2019: State of Industry". The Nielsen Company Ed. 2019.
 - VARIOS AUTORES. "El videojugador español: perfil, hábitos e inquietudes de nuestros gamers". Asociación Española de Editores y Distribuidores de Software de Entretenimiento. 2011
 - VARIOS AUTORES. "El sector de los videojuegos en España: impacto económico y escenarios fiscales". Asociación Española del Videojuego - AEVI. Llorente & Cuenca. 2018.
 - VARIOS AUTORES. "Libro Blanco del Desarrollo español de Videojuegos 2018". Ed. Desarrollo Español del Videojuego. 2018.
 - VARIOS AUTORES. "Libro Blanco de los ESPORTS". Asociación Española del Videojuego. AEVI - 2018.
- Complementaria
- ANTIGÜEDAD DEL CASTILLO-OLIVARES, MARÍA DOLORES & Alzaga Ruiz, Amaya. "Colecciones, expolio, museos y mercado artístico en España en los siglos XVIII y XIX". Centro de Estudios Ramón Areces. 2011.
 - BARLOVENTO COMUNICACIÓN. "Análisis televisivo 2018". Informe de Consultoría. 2018.
 - BUSTAMANTE, ENRIQUE. "Historia de la radio y la televisión en España". Ed. Gedisa. 2012.
 - BUSTAMANTE, ENRIQUE. "Industrias Creativas". Ed. Gedisa. 2011.
 - Cancho García, Nuria E. (Autor), García Torres, Marco A. (Autor), Vives Martín, Sonia. "Planificación de proyectos audiovisuales" Editorial Altaria. 2017.
 - DIEZ PUERTAS, EMETERIO. "Historia social del cine en España". Editorial Fundamentos. 2003.
 - Espada, A. "Radio en internet y estrategias de negocio: Análisis comparativo de RadioCut, Posta FM, Vorterix Rock y Cienradios. Sphera Publica, 2, (17), 209-230. 2017.
 - ESTEVE GUTIÉRREZ, JAUME. "Ocho Quilates: Una historia de la Edad de Oro del software español (1983 - 1986)". CreateSpace Independent Publishing Platform. 2016.

- DIMAGGIO, MADELINE. "Escribir para televisión: Cómo elaborar guiones y promocionarlos en las cadenas públicas y privadas". Ediciones Paidós. 1992.
 - HERNÁNDEZ LUJÁN, RAQUEL. "Radiografía de la industria del cine español en 2018: un año de luces y sombras". Business Insider España. 2019.
 - MARTÍNEZ, DAVID. "De Microhobby a Youtube: Prensa de videojuegos en España". Tebeos Dolmen Editorial, S.L. 2016.
 - MARTÍNEZ RODRÍGUEZ, SUSANA. "Curso de Especialista Universitario en Gestión Cultural y Economía de la Cultural". Universidad de Murcia. 2015.
 - Murciano Martínez, Marcial & González Saavedra, Carlos. "Las industrias culturales y creativas en las comunidades autónomas españolas: El caso Cataluña". Revista Latina de Comunicación Social, 73, pp. 146 a 167. 2018.
 - PALACIO, MANUEL. "Historia de la Televisión en España". Editorial Gedisa. 2009.
 - PÉREZ, UXIO. "La historia de Nintendo: Más de 125 años de entretenimiento". Tebeos Dolmen Editorial, S.L. 2016.
 - RAJAS, Mario Rajas y Mateos, Concepción (Coordinadores). "Análisis de secuencias: Innovación didáctica audiovisual". Icono 14 editorial. 2012.
 - TERÁN, BORJA. "Tele: Los 99 ingredientes de la televisión que deja huella". Editorial Logar Ideas y Eventos. 2019.
 - VARIOS AUTORES. "VIII Anuario de la Música en vivo". Ed. Asociación de Promotores Musicales. 2017.
 - VARIOS AUTORES. "La industria musical española sale de gira". El exportador.es. 2017
 - VILLALOBOS, JOSÉ MARÍA. "Cine y videojuegos: Un diálogo transversal". Ediciones Héroes de papel. 2016.
 - WALIAS RIVERA, LUIS. "La aplicación del marketing cultural en España como herramienta de gerencia museística". Universidad de Cantabria. 2016.
- Recursos web
 - Anuario SGAE sobre sector radiofónico. http://www.anuariosgae.com/anuario2016/anuariopdfs/08_RADIO.pdf
 - Banco de conocimientos de las industria culturales y creativas de la UNESCO: <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/cultural-diversity/cultural-expressions/tools/ci-mapping/europe-and-north-america/>
 - BLOG CPA Online <https://www.formacionaudiovisual.com/blog/>



- **BLOG de Cedro: Radiografía del Sector Editorial español:** <https://www.cedro.org/blog/articulo/blog.cedro.org/2018/05/17/radiografia-a-del-sector-editorial-esp%C3%B1ol>
- **BLOG de La Cúpula Music:** <https://www.lacupulamusic.com/>
- **BLOG sobre Producción Audiovisual de Rodrigo Espinel.** <https://produccionaudiovisual.com/>
- **Centro de Estudios EY sobre Industrias Culturales en Europa:** <https://www.ey.com/es/es/newsroom/news-releases/news-ey-industria-cultural-en-europa>
- **Cortos de Metraje. Sitio web de cortometrajes online.** <https://cortosdemetraje.com>
- **Directorio Museos y colecciones de España:** <http://directoriomuseos.mcu.es/dirmuseos/mostrarBusquedaGeneral.do>
- **Estudio BBVA sobre la Digitalización de la industria cultural española** <https://www.bbva.com/es/la-digitalizacion-la-industria-cultural-espana-largo-camino-acaba-empezar/>
- **Web de la Agencia Industria Musical:** <https://industriamusical.es/agencia/>
- **Web de la Asociación de canales temáticos “Conecta”:** <http://www.conecta.es/>
- **Web de la Comisión Europea sobre Industrias Culturales:** https://ec.europa.eu/culture/policy/cultural-creative-industries_es
- **Web de Cuadernos de Periodistas sobre Grupos de Comunicación en España:** <http://www.cuadernosdeperiodistas.com/grupos-de-comunicacion-en-espana-una-propiedad-tan-concentrada-como-el-negocio/>
- **Web de Expansión. Especiales. “La evolución de la Televisión”. Por J. Montalvo.** <https://www.expansion.com/especiales/20aniversario/20corporativos/television.html>
- **Web de la herramienta de software CELTX** <https://www.celtx.com/index.html>
- **Web de CULTURA - Industrias culturales. España Global.** <https://espanaglobal.gob.es/actualidad/cultura/industrias-culturales>
- **Web de Factoría Cultura. Vivero de Industrias Creativas.** <https://factoriacultural.es/>
- **Web de la Federación de Gremios de Editores de España:** <https://www.federacioneditores.org/>
- **Web del Foro de Industrias Culturales:** <https://www.accioncultural.es/es/x-foro-de-las-industrias-culturales-2018>
- **Web de Guía de la Radio:** <http://guiadelaradio.com/>



- Web del Observatorio Tecnológico del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte del Gobierno de España
<http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/ca/home>
- Web de Promusicae: <https://www.promusicae.es>
- Web de la Red de Industrias Creativas:
<https://reddeindustriascreativas.com/>
- Web de Sounds of Spain: <http://www.soundsfromspain.com/>

RESUMEN POLÍTICA ACADÉMICA

- a. **La asistencia a clase** es fundamental. Si el alumno se acoge al sistema de evaluación continua, la no asistencia a una clase no exime de presentar los trabajos que se hayan solicitado. Recuerde que un porcentaje de la nota final depende de la participación.
- b. **Las clases comienzan y terminan** a la hora establecida. Una vez que comience la clase, por deferencia al resto de compañeros y al docente, no está permitida la entrada de ningún alumno. Con el mismo criterio, tampoco se permite la salida de clase antes de su finalización. Atascos, tutorías, viajes, reuniones... no son razones que permitan sortear esta norma.
- c. **Está prohibido** comer, beber, mascar chicle y todo aquello que dicta la educación y el sentido común durante la clase.
- d. **Está terminantemente prohibido** hacer uso del teléfono móvil con fines personales.
- e. **Honestidad académica**. El plagio, las trampas, las ayudas no autorizadas para la elaboración de trabajos o la falsificación de documentos implican el suspenso automático de la asignatura y el traslado de lo ocurrido al Decano de la Facultad para la adopción de las medidas oportunas (apertura de expediente y/o expulsión). Plagiar es la mayor infracción en la que se puede incurrir en la Universidad. Desconocer qué es plagiar no es una eximente. En el ámbito académico quizá sería un agravante. Tampoco es posible plagiar "sin mala intención". Todos los trabajos deben ser originales y todos los recursos utilizados deben ser referenciados con arreglo a la normativa establecida por la Universidad. El 'olvido' de una referencia será considerado plagio.
- f. **Integridad Académica**. La ausencia de citación de fuentes, el plagio de trabajos o uso indebido/prohibido de información durante los exámenes, o la firma en la hoja de asistencia por un compañero que no está en clase, implicará la pérdida de la evaluación continua, sin perjuicio de las acciones sancionadoras que estén establecidas por la Universidad.
- g. **Faltas de ortografía**. En cuanto a las faltas de ortografía, y como regla general, una falta grave supondrá un punto menos en el ejercicio o evaluación. Dos faltas graves dos puntos menos y tres faltas graves un suspenso en el ejercicio o evaluación. Respecto a las faltas de ortografía consideradas leves (tildes), dos faltas equivalen a una grave.