

---

Planificación de la Docencia Universitaria  
**Máster en experiencia de usuario para el diseño de productos y servicios digitales**

---

Guía Docente

Curso Académico 2021/2022

# Estrategias de negocio

---

---

## Datos de Identificación de la asignatura

### Título

Máster en experiencia de usuario para el diseño de productos y servicios digitales

Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

Obligatoria

### Módulo

Estrategias de negocio

### Créditos ECTS

3

### Denominación de la Asignatura

Estrategias de negocio

### Modalidad/es de enseñanza

Presencial

### Código

3346

### Profesor

Dra. Maritza Guaderrama

### Curso

Primero

### Lengua vehicular

Español

### Semestre

Primero

---

## Profesorado de la Asignatura

### Profesor

Dra. Maritza Guaderrama

### Tutorías Académicas

Para todas las consultas relativas a la materia, los alumnos pueden contactar con el profesor a través del e-mail o/y en el despacho a las horas de tutoría que se harán públicas, en el portal del alumno.

### Datos de Contacto

[maritza.guaderrama@esne.es](mailto:maritza.guaderrama@esne.es)

---

## Requisitos Previos

### Esenciales

Requisitos legales que dan acceso a un máster oficial.

### Aconsejables

Ninguno.

---

## Sentido y Aportaciones de la asignatura al Plan de Estudios

### Campo de conocimiento al que pertenece la asignatura

Esta asignatura pertenece a la rama de conocimiento de Artes y Humanidades

### Relación de interdisciplinariedad con otras asignaturas del currículum

Es una materia de carácter transversal, y sus contenidos están relacionados, por tanto, con gran parte de las materias del máster. Esta relación es especialmente relevante con otras materias teórico/prácticas, con las materias que abordan los desarrollos tecnológicos y con las materias dedicadas al desarrollo de proyectos.

El conocimiento de los modelos de negocio y de creación de valor aportan a la producción del diseño centrado en los usuarios la capacidad de tener un enfoque más estratégico. Se trata de ofrecer conocimientos ligados a la generación y evaluación de la rentabilidad del diseño UX, pero también de contribuir a la incorporación de aspectos como la reflexión ética, la sostenibilidad o el impacto social en la conceptualización y diseño de productos y servicios.

---

## Resultados de aprendizaje en relación con las competencias que desarrolla la materia

### Competencias genéricas

**CG1** - Aplicar los conocimientos adquiridos y ser capaz de resolver problemas en entornos nuevos y contextos multidisciplinares, relacionados con el campo de trabajo y/o investigación que elija el estudiante.

**CG2** - Saber trabajar en grupo, y en ese marco, saber transmitir, defender y hacer cumplir los objetivos estratégicos dependientes de las tareas individuales de cada uno, y fomentar la responsabilidad colectiva y la importancia de la coordinación de la colaboración.

**CG3** - Saber trabajar de manera multidisciplinar y de colaborar en distintas áreas de conocimiento, combinando la aplicación de técnicas y métodos científicos con otros procedimientos provenientes del conocimiento empírico de las artes.

### Competencias básicas

**CB7** - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

**CB8** - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

**CB9** - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

**CB10** - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

## Competencias transversales

**CT1** - Saber realizar escucha activa, hacer preguntas y responder cuestiones de forma clara y concisa, así como expresar ideas y conceptos de forma efectiva. Incluye la capacidad de comunicar por escrito con concisión y claridad.

**CT2** - Saber dar nuevas ideas, enfoques e interpretaciones mediante estrategias que ofrezcan soluciones a problemas de la realidad.

**CT3** - Encontrar solución a una cuestión confusa o a una situación complicada sin solución predefinida.

## Competencias específicas

**CE1** - Comprender el debate contemporáneo sobre el diseño de experiencia de usuario, sus fundamentos teóricos y las diferentes perspectivas desde las que se aborda.

**CE8** - Aplicar el concepto de creación de valor y calidad en los productos y servicios y comprender cómo medir y gestionar la experiencia de usuario con los mismos.

**CE9** - Comunicar profesionalmente con clientes potenciales, siendo capaz de expresar el valor de las propuestas para las necesidades de negocio de aquellos.

**CE10** - Comprender los conceptos y características de la innovación de modelos de negocio en relación con la creación de productos y servicios digitales, y desarrollar modelos de negocios adecuados y viables para las propuestas que se crean.

---

# Resultados de aprendizaje relacionados con la asignatura

## Al finalizar la asignatura

La capacidad de los equipos de UX para contribuir en la creación de productos exitosos, no sólo está relacionada con la posibilidad de evaluar las experiencias

de los usuarios, sino también con la capacidad de influir en las decisiones de los grupos de interés que interactúan en una organización. En esta materia, se exploran diferentes palancas de influencia que aumentan la probabilidad de éxito e impacto de un equipo UX y de sus actividades. Cuanto más influye la experiencia de usuario en la comprensión y definición de los modelos de creación de valor y de negocio de una empresa, mayor es la probabilidad de que los resultados y los impactos sean positivos. Así mismo, se ofrecen elementos éticos para valorar las alternativas de negocio y aspectos relativos a los criterios de impacto ESG (medio ambiente, social y de gobernanza) en línea con los 17 objetivos de Desarrollo Sostenible presentados por la ONU.

Después de esta materia, los responsables en experiencia de usuario podrán:

- Entender cómo las actividades en UX contribuyen a los resultados y al valor de la organización (clientes, empleados, inversores y/o cadena de suministro).
- Entender cómo las palancas de influencia para asegurar el valor total de las inversiones en UX se deben realizar en toda la organización.
- Entender cómo tender puentes entre actividades de UX y las actividades estratégicas y operativas del negocio, incluyendo la valoración del impacto de las estrategias de diseño UX en el posicionamiento de las empresas y organización, la sociedad y el medioambiente.

---

## Contenidos / Temario / Unidades Didácticas

### Breve descripción de los contenidos

La materia aborda la relación entre el diseño, la estrategia y los productos y servicios ofrecidos por una organización. A lo largo del temario se indagará en como estas prácticas se influyen mutuamente y cómo se pueden retroalimentar y alinear, para conceptualizar y poner a disposición de los usuarios productos y servicios de valor para sus usuarios finales y para el ecosistema de la organización.

**6.1. Catalizadores de negocios:** Diferentes conceptos de negocio y actividades que son críticas para el éxito en la organización. La estrategia

de la organización influye y es influenciada por las actividades UX. Modelos de negocio e impacto, estrategia de marketing, estrategias de adquisición y retención de clientes, actividades de apoyo al cliente, desde la perspectiva de UX. Cómo liderar en UX: estrategias que optimizan el uso los recursos en experiencia de usuario: equipos de investigación y diseño, presupuesto para consultores.

**6.2. Stakeholders.** Funciones y responsabilidades de los diferentes *stakeholders* que se relacionan con los equipos de UX. Comprensión de la estructura organizativa y las funciones de los departamentos de una organización para descubrir las palancas de influencia, cómo crear aliados en otros departamentos e identificar áreas dónde rentabilizar la inversión en UX, así como el impacto de las decisiones de diseño. Estudios de casos para construir esquemas de los roles y responsabilidades de los *stakeholders*. Argumentos que demuestran el valor de UX para los *stakeholders*.

**6.3. Las herramientas de negocio.** Todas las empresas se basan en un conjunto común de conceptos de negocio para definir y comunicar la estrategia de la organización, ganar influencia, buscar financiación, etc. Revisión de experiencias prácticas con presencia de herramientas estratégicas utilizadas por ejecutivos y líderes de la organización. Cómo conectar las actividades de UX con el resto de las herramientas de negocio y creación de valor.

## Temario desarrollado

El programa del curso se estructura a partir de un modelo constructivo de aprendizaje que persigue la consecución de un pensamiento crítico por parte del alumno. La pedagogía propone herramientas y estrategias para procurar una praxis académica activa.

### 1. ¿Qué es estrategia?

Michael Porter sostiene que la eficacia operativa, aunque necesaria para un rendimiento superior, no es suficiente, porque sus técnicas son fáciles de imitar. En cambio, la esencia de la estrategia es elegir

una posición única y valiosa asentada en sistemas de actividades que son mucho más difíciles de copiar. La estrategia orienta las decisiones de diseño, y para ello en el proceso de diseño se pueden discutir y decidir – con otros departamentos o *stakeholders* involucrados - aspectos como la creación de valor y el impacto, así como los paradigmas y riesgos emergentes.

## 2. Modelos de negocio

Los modelos de negocio son la forma de aterrizar la estrategia y es un elemento clave para diferenciar a una empresa u organización de sus competidores. El modelo de negocio es un racional acerca de cómo una organización crea, entrega y captura valor en su contexto, y cómo valora el impacto a través de criterios financieras, medioambientales, sociales y éticos.

## 3. Herramientas de diseño

El diseño es una disciplina que atendiendo a una serie de metodologías es capaz de identificar, añadir y comunicar valor e impacto en el contexto de una organización. Esto lo hace a través de la propia práctica, pero también a través de herramientas de diseño enfocadas a este tipo de actividades, como son: el *Business Model Canvas*, el *Value Proposition Canvas* o *Humane Tech Principles*.

## 4. Identificación de valor

Cada producto o servicio ha sido lanzado para resolver una o varias necesidades de sus usuarios potenciales. Conocer los elementos básicos de la psicología que ayudan a entender la percepción de valor por las personas es clave para el diseño de productos y servicios de éxito, diferenciados y sostenibles. Se explorarán también otras dimensiones de la creación de valor para la organización y el ecosistema.

## 5. *Lean startup*

Es una metodología para desarrollar negocios y productos creada por Eric Ries. Se fundamenta sobre el principio de acortar los ciclos de desarrollo. Esta reducción, se sostiene en base a la experimentación y validación de hipótesis en productos que se lanzan de manera iterativa, recogiendo en todo momento del proceso retroalimentación de los usuarios y dando como resultado productos construidos en torno a aprendizajes validados.



## 6. Medir los resultados y el impacto

Entender como está funcionando una estrategia o un modelo de negocio es clave para tomar buenas decisiones. Además, tener la capacidad de medir los resultados, ayuda a los profesionales del diseño a justificar la inversión y defender ante diferentes *stakeholders* la importancia de tener en cuenta la experiencia de usuario en cualquier iniciativa. Se profundizará en indicadores como el ROI, los KPI, ESG o los OKR.

## Cronograma

Unidades Didácticas / Temas	Periodo Temporal
1. Introducción	Noviembre 2021
2. ¿Qué es estrategia?	Noviembre 2021
3. Modelos de negocio	Diciembre 2021
4. Herramientas de diseño	Enero 2022
5. Identificación de valor	Febrero 2022
6. Lean startup	Febrero 2022
7. Medir resultados e impacto	Marzo 2022

## Modalidades Organizativas y Métodos de Enseñanza

El desarrollo del programa y la consecución de los objetivos de aprendizaje establecidos requieren de un trabajo continuado del alumno a lo largo de todo el año, alrededor de las siguientes actividades:

- Asistencia a clases
- Consulta, estudio del material bibliográfico
- Realización de trabajos prácticos que a lo largo del curso se propongan. Presentaciones públicas de los trabajos
- Discusiones y debates sobre temas afines con la materia

Modalidad organizativa	Método de enseñanza	Competencias relacionadas	Horas		
			Presencial	Trabajo autónomo	Total
<p><b>Lección Magistral:</b></p> <p>Actividad formativa en el aula que, utilizando la metodología expositiva, prioriza la acción docente del profesor.</p>	<p><b>Aprendizaje basado en problemas (ABP):</b></p> <p>enfocado al acercamiento del alumno a la realidad empresarial. Se plantearán problemas reales con el objetivo de que los alumnos los solucionen trabajando en equipo.</p>	<p>CG1, CG2, CG3, CB7, CB8, CB9, CB10, CT1, CT2, CE1, CE8 y CE10.</p>	10	0	10
<p><b>Seminario.</b></p> <p>Actividad formativa en el aula-seminario que, bajo la guía del profesor, fomenta el aprendizaje cooperativo entre los alumnos y se ordena</p>	<p><b>Aprendizaje cooperativo.</b></p> <p>Los alumnos aprenden a colaborar con otras personas (compañeros y profesores) para</p>	<p>CG1, CG2, CG3, CB7, CB8, CB9, CB10, CT1, CT2, CT3, CE8, CE9 y CE10.</p>	10	0	10

al estudio de casos o de la cuestión a estudiar.	resolver de forma creativa, integradora y constructiva los interrogantes y problemas identificados a partir de los casos planteados, utilizando los conocimientos y los recursos materiales disponibles.				
<b>Taller.</b> Actividad formativa en el aula-taller que, bajo la guía del profesor, se ordena a la resolución individual o cooperativa de ejercicios y problemas o a la ejecución de trabajos técnicos o artísticos.	<b>Discusión de casos reales.</b> Utilización de casos de estudio reales que permitan la aplicación práctica de los conocimientos teóricos adquiridos. Además, la realización de un análisis y una discusión común de cada situación.	CG1, CG2, CG3, CB7, CB8, CB9, CB10, CT1, CT2, CT3, CE8, CE9 y CE10.	4,5	0	4,5
<b>Tutoría.</b> Actividad formativa fuera del aula que fomenta el aprendizaje autónomo, con el apoyo de la acción de guía y seguimiento por medio de un tutor.	<b>Aprendizaje cooperativo.</b> Los alumnos aprenden a colaborar con otras personas (compañeros y profesores) para resolver de forma creativa, integradora y constructiva los interrogantes y problemas identificados a partir de los casos planteados, utilizando los conocimientos y los recursos materiales disponibles.	CG1, CG2, CG3, CB7, CB8, CB9, CB10, CT1, CT2, CT3, CE1, CE8, CE9 y CE10.	0	8	8

<p><b>Trabajo autónomo.</b>          Actividad formativa fuera del aula que, sin una guía directa del profesor o tutor, fomenta el aprendizaje autónomo del alumno.</p>	<p><b>Contrato de aprendizaje autónomo.</b>          Metodología que prioriza la acción autónoma del alumno más allá de la acción docente del profesor, ya sea anterior o posterior a ésta.</p>	<p>CG1, CG2, CG3, CB7, CB8, CB9, CB10, CT1, CT2, CT3, CE1, CE8, CE9 y CE10.</p>	<p>0</p>	<p>42,5</p>	<p>42,5</p>
---	---	---	----------	-------------	-------------

## Sistema de Evaluación

Actividades de Evaluación	Criterios de Evaluación	Valoración respecto a la Calificación Final
<p>SE1: Prueba de conocimiento</p>	<p>Suspense: No es capaz de explicar o argumentar con claridad o solidez.            Aprobado: Conocimiento básico y superficial, sin entendimiento de las ramificaciones anteriores o posteriores.            Notable: Reflexión crítica y argumentada, con un conocimiento amplio de la materia y sus influencias.            Sobresaliente: Comprensión profunda y amplia de la materia, así como su conexión y papel en relación con el resto de los contenidos del máster.</p>	<p>20%</p>

SE2: Exposiciones orales	<p>Suspense: No tiene el conocimiento correspondiente.</p> <p>Aprobado: Tiene una verbalización pobre de los contenidos y dificultad para comunicar el contenido.</p> <p>Notable: Expone con claridad y exhibe dominio de la materia, argumentando y defendiendo con solidez.</p> <p>Sobresaliente: Conectado a otros contenidos de este curso u otros</p>	10%
SE3: Observación de desempeño	<p>Suspense: Muestra un interés, implicación y ejecución nulo o pobre en las actividades y contenidos de la materia. No mejora al respecto. Aprobado: Cumple con la implicación mínima en participación y trabajos. Desempeño constante.</p> <p>Notable: Muestra consistencia en la calidad de los trabajos y participación. Mejora en la calidad de estos que refleja los aprendizajes (más anterior).</p> <p>Sobresaliente: Alcanza un desempeño que articula el resto de las actividades de evaluación (más anterior).</p>	15%
SE4: Caso / problema	<p>Suspense: No se entrega a tiempo o siguiendo las especificaciones.</p> <p>Aprobado: Entregado a tiempo, siguiendo las especificaciones.</p>	25%

	<p>Notable: Claramente pensado, discutido y defendido. Aporta referencias relevantes y significativas más allá del contenido del curso (más lo anterior)</p> <p>Sobresaliente: Conectado a otros contenidos de este curso u otros (más anterior).</p>	
SE5: Debate	<p>Suspense: El alumno no participa en clase o trata continuamente de dominar la discusión, negar o ridiculizar las perspectivas de los demás.</p> <p>Aprobado: El estudiante regularmente hace buenas preguntas, es voluntario para dar respuestas. Construye sobre las respuestas de otros a través de analogías, anécdotas y experiencia personal (más lo anterior)</p> <p>Notable: La participación ocasionalmente aporta una perspectiva más amplia basada en contenido adicional leído/investigado fuera de la clase o por experiencia personal (más lo anterior)</p> <p>Sobresaliente: La participación consistentemente aporta una perspectiva más amplia basada en contenido adicional leído/investigado fuera de clase o por experiencia personal.</p>	20%

SE9: Asistencia a clase	Incompleta: Asiste a menos del 80% de las clases sin causa justificada. Completa: Asiste al menos al 80% de las clases.	10%
-------------------------	--	-----

## Consideraciones generales acerca de la evaluación

Se aplicará el sistema de evaluación continua por materia a lo largo del módulo ponderando y valorando de forma integral los resultados obtenidos por el alumno por medio de los procedimientos de evaluación indicados.

### Asistencia a Clase

La asistencia a clase es obligatoria. Sin una asistencia demostrada de al menos un 80%, el alumno no podrá presentarse a examen debiendo acudir a la siguiente convocatoria. No es necesario justificar las faltas, y por tanto no se admitirán justificantes de las mismas, por lo que superado el 20% de faltas de asistencia, el alumno deberá presentarse en convocatoria extraordinaria.

La Dirección/Coordinación de la Titulación podrá considerar situaciones excepcionales, previo informe documental, debiendo ser aprobadas por la Dirección Académica de ESNE.

Se exigirá puntualidad al alumno en el comienzo de las clases. Una vez transcurridos cinco minutos de cortesía, el profesor podrá denegar la entrada en el aula.

### Entregas de Trabajos

En convocatoria ordinaria, los alumnos deben presentar y aprobar todas las entregas que se les soliciten. La no entrega de un trabajo supondrá suspender la asignatura.

Los trabajos deben entregarse en las fechas que solicite el profesor, no admitiéndose entregas posteriores. Si excepcionalmente se aceptase un



trabajo fuera de plazo, la máxima calificación a obtener será 7.

En los trabajos en grupo, la calificación será individual por cada alumno, atendiendo a criterios de conocimiento de la materia, esfuerzo, presentación, asistencia a tutorías, etc. Por tanto, miembros de un mismo grupo pueden tener calificaciones diferentes. Los trabajos, una vez calificados, deben ser retirados por los alumnos en el tiempo que se determine. Pasado este plazo, los trabajos podrán ser destruidos.

### **Evaluación en convocatoria Ordinaria**

En ambas convocatorias, la calificación mínima para aprobar la asignatura es de 5 (cinco). La nota mínima de examen para aplicar la ponderación es de 4 (cuatro).

El alumno aprobará la asignatura en convocatoria ordinaria por la evaluación de los trabajos realizados en clase y fuera de clase, teniéndose en cuenta la asistencia, la participación y el interés en el aula con un 10% de la nota. Se señala que además de este beneficio en la proporción de la nota, estas actitudes positivas redundan en el aprendizaje y evolución del alumno, que será igualmente valorado por el profesor.

El trabajo realizado por el alumno durante el curso deberá alcanzar el nivel mínimo exigible para satisfacer los objetivos que marca la asignatura.

### **Evaluación extraordinaria**

En la evaluación extraordinaria, los alumnos deben volver a presentar los trabajos que no hayan sido aprobados en convocatoria ordinaria. Además, el profesor de la asignatura podrá solicitar la realización de un trabajo extra en la evaluación extraordinaria. Si en la convocatoria ordinaria el alumno aprueba las entregas solicitadas y suspende el examen, será potestad del profesor solicitar la realización de nuevos trabajos en la convocatoria extraordinaria.

## Bibliografía / Webgrafía

### Bibliografía básica

- Almquist, Eric; Senior, John; Bloch, Nicolas (2016) *The Elements of Value*. Boston: Harvard Business Review.
- Carnige, Dale (2013). *Cómo ganar amigos e influir sobre las personas*. (Román A. Jiménez, Trad.) Barcelona: Elipse.
- Gassmann, Oliver et al (2014) *The St. Gallen Business Model Navigator*, Working paper University of St.Gallen & BMI Lab.
- Magretta, Joan (2013). *What Management Is: How It Works and Why It's Everyone's Business*. London: Free Press.
- Hill, Dan (2014) *Dark Matter and Trojan Horses: A Strategic Design Vocabulary*. Moscú: Strelka Press.
- Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves; et ál. (2020). *La empresa invencible: Las estrategias de modelos de negocios de las mejores empresas del mundo*. (Sergio Bulat Barreiro, Trad.) Madrid: Empresa Activa.
- Porter, Michael E. (2008). *¿Qué es la estrategia?* Boston: Harvard Business School Publishing.
- Ries, Eric (2012). *El método Lean Startup*. (Javier San Julián, Trad.) Barcelona: Deusto.

### Bibliografía complementaria

- Aicher, Otl (1994) *El mundo como proyecto*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Branson, Greg (2017) *Proving a return on design investment*. Obtenido de: <https://designbusinesscouncil.com/2017/03/29/proving-a-return-on-design-investment/>
- Breuer, Henning et al (2018): *Sustainability-oriented business model development: principles, criteria and tools*. Int. J. Entrepreneurial Venturin g, Vol. 10, No. 2, 2018 (256-286)
- UX Berlin: *Business Innovation Kit*. <https://www.uxberlin.com/businessinnovationkit/>
- Cialdini, Robert (2018) *Pre-suasión: Un método revolucionario para influir y persuadir*. (María Serrano Giménez, Trad.) Barcelona: Conecta.

- InVision (2019) *The New Design Frontier*. Obtenido de: <https://www.invisionapp.com/design-better/design-maturity-model>
- McKinsey & Company (2018) *The business value of design*. Obtenido de: <https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-design/our-insights/the-business-value-of-design>
- Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves; et ál. (2011) *Generación de modelos de negocio*. (Lara Vázquez Cao, Trad.) Barcelona: Deusto.
- Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves; et ál. (2015) *Diseñando la propuesta de valor: Cómo crear los productos y servicios que tus clientes están esperando*. Barcelona: Deusto.
- Thiel, Peter (2015). *De cero a uno: Cómo inventar el futuro*. (María Maestro Cuadrado, Trad.) Barcelona: Planeta.

---

## Observaciones

El plagio evidenciado en los trabajos o exámenes será calificado con nota “0”, y la pérdida de esa convocatoria, para el estudiante o estudiantes responsables.

El alumno deberá respetar en todo momento la propiedad intelectual de otros autores no haciendo uso del trabajo de otros sin aclarar este punto y sin citar las fuentes originales.

Para la ejecución de los exámenes el alumno no podrá hacer uso de material no autorizado. Esto será motivo de calificación “0” y pérdida de esa convocatoria.

ESNE fija para sus titulaciones un sistema de calificaciones que se corresponde con lo regulado por los artículos 5.4 y 6 del Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre (por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones universitarias de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional). En dichos artículos, que la universidad aplica, se regula lo siguiente: “Los resultados obtenidos por el estudiante en cada una de las materias 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... La mención de «Matrícula de Honor» podrá ser otorgada a estudiantes que hayan obtenido una

calificación igual o superior a 9,5. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los estudiantes matriculados en una materia 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>Escala numérica</b>	<b>Calificación cualitativa</b>
De 0,0 a 4,99	Suspenso (SS)
De 5 a 6,99	Aprobado (AP)
De 7 a 8,99	Notable (NT)
De 9 a 10	Sobresaliente (SB)

Las calificaciones de los estudiantes son fruto de un sistema de evaluación continua, que permite valorar de forma constante su trabajo, actitud, participación y asimilación del conocimiento. La asistencia y la participación del estudiante en las sesiones docentes, por lo tanto, son esenciales para el desarrollo del sistema, y, como tal, evaluables y calificables.