

## FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Practicum
Código	E000006356
Título	<a href="#">Grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Pontificia Comillas</a>
Impartido en	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Cuarto Curso]
Nivel	Reglada Grado Europeo
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	12,0 ECTS
Carácter	Obligatoria (Grado)
Departamento / Área	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
Responsable	Dr. Joan Josep Matas Pastor
Horario	De octubre a enero
Horario de tutorías	Se comunicarán al inicio del curso
Descriptor	<p>PUBLI. Durante su estancia en la empresa o entidad colaboradora, el alumno se dedicará a desarrollar tareas prácticas que permitan incrementar su formación, aplicando las destrezas teóricas aprendidas en el CESAG. Para ello, el estudiante deberá asumir las tareas propias del puesto pactado con la empresa o entidad colaboradora favoreciendo la adquisición de competencias que les preparen para el ejercicio de actividades profesionales, faciliten su empleabilidad y fomenten su capacidad de emprendimiento. Las tareas que realice el alumno deberán centrarse en las propias que desarrolle la entidad colaboradora y que se centrarán en cuestiones que tendrán que ver con la redacción, edición, producción y locución de productos periodísticos, ya sean impresos, digitales o audiovisuales, así como a todas aquellas actividades que tengan que ver con el ámbito de la comunicación organizacional.</p>

Datos del profesorado	
<b>Profesor</b>	
Nombre	Arturo Cádenas Iturriozbeitia
Departamento / Área	Departamento de Ciencias Sociales y Jurídicas
Correo electrónico	acadenas@cesag.comillas.edu
<b>Profesor</b>	
Nombre	Ignacio Bergillos García
Departamento / Área	Departamento de Ciencias de la Comunicación
Correo electrónico	ibergillos@comillas.edu
<b>Profesor</b>	
Nombre	Nuria Barahona Navarro
Departamento / Área	Departamento de Ciencias de la Comunicación
Correo electrónico	nbarahona@cesag.comillas.edu

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

## Contextualización de la asignatura

### Aportación al perfil profesional de la titulación

Las prácticas son una experiencia formativa en la que tendrás que comportar como un profesional y en la que serás tratado como tal. Durante el período práctico aplicarás la formación teórica y académica que se imparte en la universidad a la realidad diaria de la empresa y deberás adaptar las actitudes y conductas a la competencia profesional. Las empresas que colaboren en las prácticas te facilitarán un espacio para que demuestres los conocimientos adquiridos en la universidad, así como las destrezas y habilidades que posees. Las prácticas en empresas te proporcionarán una experiencia formativa y profesional que, generalmente, el mercado laboral reconoce.

### Prerequisitos

Según el Proyecto formativo de prácticas curriculares del CESAG, solo podrán cursar las prácticas externas curriculares aquellos alumnos que tengan pendientes 12 o menos créditos de materias básicas y obligatorias de los cursos de 1º a 3º.

## Competencias - Objetivos

### Competencias

#### GENERALES

<b>CG03</b>	Conocer y utilizar con eficacia comunicativa los sistemas y recursos informáticos y sus aplicaciones interactivas (por ejemplo: foros, blogs, redes sociales, microblogging) en el entorno de la cultura digital.
<b>CG10</b>	Saber gestionar los procesos expresivos y tecnológicos implicados en la dirección, producción y postproducción de los diversos productos escritos o audiovisuales o los nuevos formatos resultado de la convergencia digital.
<b>CG11</b>	Saber valorar la obra audiovisual desde el punto de vista estético para el análisis o la toma de decisiones profesionales
<b>CG14</b>	Conocer la ética y la deontología del profesional de la comunicación así como su ordenamiento jurídico, tanto en lo referente a la práctica profesional como a los límites de la libertad de expresión y las circunstancias prácticas.

#### TRANSVERSALES

<b>CT01</b>	Ser capaz de comprender y producir una amplia variedad de textos así como expresarse de forma oral y escrita con fluidez y corrección en las lenguas oficiales y, al menos, en una lengua extranjera.
<b>CT02</b>	Ser capaz de analizar y construir mensajes utilizando medios de expresión iconográficos, informáticos y gráficos para llevar a cabo la función propia del comunicador
<b>CT03</b>	Usar las Tecnologías de la Información y la Comunicación en su desarrollo profesional
<b>CT05</b>	Identificar problemas y sus posibles soluciones y saber tomar decisiones eficaces en el marco de la comunicación.
<b>CT06</b>	Diseñar, construir y gestionar proyectos innovadores y creativos desde una visión ética y respetuosa con el papel de los agentes implicados, en el marco de la comunicación.
<b>CT07</b>	Aplicar los conocimientos adquiridos y resolver los obstáculos que surjan en la práctica de la comunicación .
<b>CT08</b>	Trabajar en equipo.

<b>CT11</b>	Saber aplicar los principios del humanismo cristiano promoviendo la integración y participación de todas las personas de acuerdo con los principios de la justicia social.
<b>CT12</b>	Ser capaz de trabajar de manera autónoma adaptando las estrategias de aprendizaje a cada situación.
<b>ESPECÍFICAS</b>	
<b>CE02</b>	Ser capaz de crear el mensaje persuasivo publicitario, desarrollando elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos o cualquier otro recurso con potencialidad comunicativa.
<b>CE03</b>	Saber gestionar el tiempo, con habilidad para la organización y temporalización de las tareas dentro de los procesos de ejercicio de la profesión.
<b>CE04</b>	Saber ejercer como profesional, cumpliendo las funciones y resolviendo problemas, en una agencia publicitaria, en la relación con el cliente o con cualquier otro agente implicado en el proceso, y como responsable del área de comunicación de un organismo o empresa.
<b>CE05</b>	Conocer e interpretar el entorno empresarial e institucional y adaptarse a los objetivos organizacionales, sin perder la autonomía, identidad y valores, haciéndolos compatibles y sinérgicos con los propios.
<b>CE06</b>	Aplicar soluciones eficientes a los problemas surgidos en los procesos de comunicación publicitaria
<b>CE08</b>	Conocer y entender las principales variables y complejidades que configuran el rol de los diversos agentes del mercado: anunciantes, empresas de publicidad, medios y plataformas de comunicación y públicos.
<b>CE09</b>	Asumir el liderazgo y actuar en libertad y con responsabilidad, asimilando referentes éticos, valores y principios consistentes en la identificación, análisis, manejo y resolución de conflictos que se plantean en el sistema de la comunicación.

### Resultados de Aprendizaje

<b>RA1</b>	Ejecutar los procesos expresivos y tecnológicos implicados en la dirección, producción y postproducción de los diferentes productos audiovisuales.
<b>RA2</b>	Sintetizar la implementación de estrategias de comunicación coherentes, por medio de una creatividad eficaz, midiendo posteriormente sus resultados y extrayendo las conclusiones oportunas.
<b>RA3</b>	Demostrar la capacidad de comunicación y expresión con coherencia y corrección en el ejercicio profesional.
<b>RA4</b>	Interpretar y definir acciones y discursos propios de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas para la elaboración de campañas de comunicación.

## BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

### Contenidos – Bloques Temáticos

Prácticas en entidades colaboradoras que mantienen un convenio con el CESAG.

## METODOLOGÍA DOCENTE

### Aspectos metodológicos generales de la asignatura

Todas las partes de los instrumentos evaluativos deberán estar aprobados al menos con un 5 sobre 10 para poder superar la asignatura.

Cualquiera de las tres partes de la evaluación podrán ser recuperadas durante la segunda convocatoria del período en el que esté matriculado el alumno.

El horario de las prácticas NO PODRÁ INTERFERIR con las obligaciones académicas del estudiante (clases, exámenes, tutorías y todo aquello para lo que sea convocado por el centro universitario).

#### Interacción profesor-estudiante (Presencial/on-line)

Centradas en el profesor

No hay

No hay

Centradas en el estudiante

Seminarios-Talleres

Exposición de trabajos

Actividad Evaluativa

El estudiante deberá asistir a los seminarios y tutorías a los que el tutor del CESAG le convoque a lo largo del Prácticum.

30%

#### Trabajo autónomo del estudiante (No presencial)

Estudio y trabajo individual

Estudio de Teoría

Preparación de trabajos

Preparación actividad de evaluación

70%

Estudio y trabajo en grupo

-

0%

## RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

### HORAS PRESENCIALES

Seminarios, talleres y exposición de trabajos

115.00
<b>HORAS NO PRESENCIALES</b>
Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación
285.00
<b>CRÉDITOS ECTS: 12,0 (400,00 horas)</b>

## EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
Tres memorias de prácticas realizadas por el alumno a partir de los guiones que aparecen en el aula virtual de la asignatura	<p>El alumno deberá obtener al menos un 5 sobre 10 para superar esta parte</p> <p>Si el alumno no supera esta parte la podrá recuperar durante la segunda convocatoria del período en el que esté matriculado</p>	50
Informe del tutor de prácticas de la entidad	<p>El alumno deberá obtener al menos un 5 sobre 10 para superar esta parte</p> <p>Si el alumno no supera esta parte la podrá recuperar durante la segunda convocatoria del período en el que esté matriculado</p>	40
Auotevaluación del alumno, en la que justifique el porqué de la calificación	<p>El alumno deberá obtener al menos un 5 sobre 10 para superar esta parte</p> <p>El tutor del CESAG revisará la nota conjuntamente con el alumno, con el fin de acordar una calificación final en esta parte</p> <p>Si el alumno no supera esta parte la podrá recuperar durante la segunda convocatoria del período en el que esté matriculado</p>	10

## PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA

Actividades	Fecha de realización	Fecha de entrega
Memoria de prácticas 1	Octubre-noviembre	15 de noviembre
Memoria de prácticas 2	Noviembre-diciembre	15 de diciembre
Memoria de prácticas 3	Diciembre-enero	15 de enero

Autoevaluación del alumno	Enero	15 de enero
---------------------------	-------	-------------

## BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

### Bibliografía Básica

No hay

### Bibliografía Complementaria

No hay

En cumplimiento de la normativa vigente en materia de **protección de datos de carácter personal**, le informamos y recordamos que puede consultar los aspectos relativos a privacidad y protección de datos que ha aceptado en su matrícula entrando en esta web y pulsando "descargar"

<https://servicios.upcomillas.es/sedeelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792>