



1. Identificación

1.1. De la asignatura

Curso Académico	2024/2025
Titulación	GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS
Nombre de la asignatura	PRÁCTICAS EXTERNAS
Código	5960
Curso	CUARTO
Carácter	PRÁCTICAS
Número de grupos	1
Créditos ECTS	9.0
Estimación del volumen de trabajo	225.0
Organización temporal	2º Cuatrimestre
Idiomas en que se imparte	Español

1.2. Del profesorado: Equipo docente

LOSADA DIAZ, JOSE CARLOS

Coordinación de los grupos:

Coordinador de la asignatura

Categoría

PROFESORES TITULARES DE UNIVERSIDAD

Área

PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

Departamento

COMUNICACIÓN

Correo electrónico / Página web / Tutoría electrónica

jclosada@um.es Tutoría electrónica: Sí

Teléfono, horario y lugar de atención al alumnado

Duración:
A

Día:
Martes

Horario:
11:00-14:00

Lugar:
No consta

Observaciones:
No consta

2. Presentación

Esta asignatura permite al estudiante la adquisición de experiencia profesional mediante la realización de prácticas formativas externas, que propician su integración en un contexto de aprendizaje ubicado en campos reales, relacionados con el ámbito profesional de la titulación. Las prácticas externas deben fomentar al mismo tiempo la adquisición de las competencias específicas del título que garanticen una exitosa inserción en el mundo laboral.

3. Condiciones de acceso a la asignatura

3.1. Incompatibilidades

No constan

3.2. Requisitos

No constan

3.3. Recomendaciones

No existen recomendaciones para esta asignatura.

4. Competencias

4.1. Competencias básicas

- 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

4.2. Competencias de la titulación

- CG1: Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados.
- CG2: Creatividad: capacidad para asumir riesgos expresivos y temáticos en el marco de las disponibilidades y plazos de la producción publicitaria y comunicacional, aplicando soluciones y puntos de vista personales en el desarrollo de los proyectos.
- CG3: Capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos, empresariales u organigramas laborales.
- CG4: Práctica sistemática de autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir y ajustar constantemente los errores cometidos en los procesos de producción u organizativos de actividad publicitaria y comunicacional.
- CG5: Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de la actividad publicitaria y comunicacional.
- CG6: Conciencia solidaria: respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y respecto por los derechos humanos.
- CG7: Toma de decisiones: capacidad para acertar al elegir y desarrollar estrategias en situaciones de incertidumbre, asumiendo responsabilidades.
- CE1: Conocimiento teórico y práctico de la publicidad y de las relaciones públicas y de sus procesos y estructuras organizativas.
- CE2: Conocimiento teórico y práctico de las técnicas de gestión en las empresas de comunicación.
- CE12: Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación.
- CE13: Conocimiento de la ética y deontología profesional de la publicidad y de las relaciones públicas así como de su ordenamiento jurídico, que afecta tanto a la práctica y a la conducta ética que debe presidir el quehacer del profesional.
- CE18: Conocimiento, análisis y desarrollo de técnicas de comunicación, de investigación motivacional y de evaluación de los efectos psicosociales de la comunicación social.
- CE20: Conocimiento y análisis económico y social de las empresas de publicidad y de relaciones públicas: aspectos jurídicos fiscales y de relaciones laborales. Su relación con el mercado. Financiación y sistemas de información. Conocimiento de la comunicación específica de los mercados y productos financieros.
- CE21: Conocimiento del diseño y desarrollo de las estrategias y aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en las instituciones y empresas públicas y privadas, estudiando la metodología necesaria para analizar el estado corporativo, evaluarlo mediante auditoría y diseñar una estrategia específica.
- CE28: Capacidad y habilidad para ejercer las funciones que desarrolla el departamento de medios de una agencia y en mayor medida las denominadas centrales de medios.
- CE30: Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje. Sus principales funciones abarcan la realización de las piezas publicitarias básicas y la supervisión de su producción definitivas.
- CE31: Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos.
- CE34: Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia), especialmente para aplicarlas al mundo de la comunicación, con especial énfasis en la creación de nuevos soportes.

4.3. Competencias transversales y de materia

- Percepción de la realidad profesional y de la complejidad de la práctica profesional en el área de Comunicación Audiovisual
- Comprensión de la dinámica y flujos de trabajo en las organizaciones profesionales del área de Comunicación Audiovisual
- Desarrollo de razonamiento crítico y de la práctica del diálogo en la práctica laboral
- Autoconocimiento y autocrítica, acompañadas de la asunción de la dimensión ética del comunicador
- Fomento de una actitud de respeto hacia el público de los medios de comunicación audiovisual

5. Prácticas

No constan

6. Actividades Formativas

Actividad Formativa	Metodología	Horas	Presencialidad
AF4: Prácticas de laboratorio / Prácticas con ordenadores/ Prácticas en Plató TV / Prácticas en Plató Radio / Laboratorio de idiomas / Seminarios especializados.		200.0	100.0
AF5: Trabajo autónomo del alumno. Estudio y preparación de contenidos teóricos-prácticos. Trabajo individual consistente en lecturas, búsquedas documentales, sistematización de contenidos, estudio, estudio para la elaboración de casos, casos ABP, etc.		25.0	0.0
	Totales	225,00	

7. Horario de la asignatura

<https://www.um.es/web/estudios/grados/publicidad/2024-25#horarios>

8. Sistemas de Evaluación

Identificador	Denominación del instrumento de evaluación	Criterios de Valoración	Ponderación
---------------	--	-------------------------	-------------

SE2	Informes escritos, trabajos y proyectos: trabajos escritos, portafolios... con independencia de que se realicen individual o grupalmente	Control de las asistencias	La asistencia se verificará mediante un control de firmas La ausencia injustificada a más del 10% del total de horas imposibilitará la superación de las prácticas, debiendo el alumno volver a cursar todo el proceso de selección y realización de la asignatura ¿Prácticas externas¿	10%	100.0
		Informe del tutor del centro de prácticas	Del informe del tutor del centro de prácticas se valorarán las tareas llevadas a cabo por el alumno, su disposición personal, las relaciones personales establecidas tanto con los usuarios, como con los compañeros y con el personal laboral, pudiéndose añadir cualquier otro aspecto que se considere de interés reflejar	50 %	
		Seguimiento del tutor del Departamento	El Tutor del Departamento valorará la adecuación del trabajo de los alumnos con los objetivos inicialmente propuestos a partir de una obligatoria Memoria de su actividad	10%	
		Memoria del alumnado	La memoria redactada por el alumno, que permitirá conocer sus conclusiones sobre la actividad realizada valorar su rendimiento y también conocer su juicio sobre el centro, sobre la atención prestada por los tutores de las prácticas, etc	30%	
		Calificación final	<p>En cualquier caso, el sistema de evaluación se corresponderá con el de la evaluación continua coordinada por parte de los tutores, la evaluación de un informe o memoria del proyecto de prácticas a evaluar por el tutor académico y la autoevaluación por parte del estudiante</p> <p>Con estos cuatro aspectos el tutor del Departamento definirá la calificación final</p> <p>El objetivo final de la evaluación radica en determinar si se ha alcanzado o no el objetivo global de los estudios universitarios: comprobar si el alumno ha logrado el nivel profesional requerido para integrarse en el mundo laboral En definitiva, una evaluación favorable sobre la capacidad de inserción laboral conseguida por cada alumno permite evaluar positivamente el ciclo de los estudios universitarios cursados</p>		

9. Fechas de exámenes

<https://www.um.es/web/estudios/grados/publicidad/2024-25#exámenes>

10. Resultados del Aprendizaje

La adquisición y puesta en práctica según criterios eficacia, adecuación y oportunidad de las competencias vinculadas a esta materia se consideran explícitamente como resultados del aprendizaje

11. Bibliografía

Bibliografía básica

No constan

Bibliografía complementaria

No constan

12. Observaciones

OBSERVACIONES

Tutoría académica y profesional

El Departamento de Información y Documentación asignará al menos un profesor Tutor, del Área de Publicidad y RRPP, en cada centro de prácticas, que tutelaré a los alumnos que realicen allí las ¿Prácticas externas¿. Será el encargado del seguimiento, control y evaluación de las ¿Prácticas externas¿, esto es, desarrollará la tutoría académica. Asimismo el Tutor del centro de prácticas supervisará técnicamente al alumno, en coordinación con el Tutor del Departamento, emitiendo al final del periodo de prácticas un informe personalizado, desarrollando la tutoría profesional de acuerdo a las funciones asignadas al Centro de Prácticas

Calendario y duración

Los periodos de prácticas tendrán una duración mínima de **215** horas. Se realizará durante el primer y segundo cuatrimestre del Cuarto Curso (7º y 8º cuatrimestre)

Seguimiento, control y evaluación

La realización y desarrollo de las prácticas externas será evaluado por el tutor profesional y el tutor académico en función de su adecuación a una serie de objetivos que previamente habrán definido a partir de las competencias seleccionadas. Dichas competencias deberán tener en cuenta la adaptación del alumno al entorno profesional y la especificidad de las tareas o secciones de trabajo en que se desarrollan las prácticas.

Dichas competencias deberán tener en cuenta la adaptación del alumno al entorno profesional y la especificidad de las tareas o secciones de trabajo en que se desarrollan las prácticas.

NECESIDADES EDUCATIVAS ESPECIALES

Aquellos estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales podrán dirigirse al Servicio de Atención a la Diversidad y Voluntariado (ADYV - <https://www.um.es/adyv>) para recibir orientación sobre un mejor aprovechamiento de su proceso formativo y, en su caso, la adopción de medidas de equiparación y de mejora para la inclusión, en virtud de la Resolución Rectoral R-358/2016. El tratamiento de la información sobre este alumnado, en cumplimiento con la LOPD, es de estricta confidencialidad.

REGLAMENTO DE EVALUACIÓN DE ESTUDIANTES

El artículo 8.6 del Reglamento de Evaluación de Estudiantes (REVA) prevé que "salvo en el caso de actividades definidas como obligatorias en la guía docente, si el o la estudiante no puede seguir el proceso de evaluación continua por circunstancias sobrevenidas debidamente justificadas, tendrá derecho a realizar una prueba global".

Se recuerda asimismo que el artículo 22.1 del Reglamento de Evaluación de Estudiantes (REVA) estipula que "el o la estudiante que se valga de conductas fraudulentas, incluida la indebida atribución de identidad o autoría, o esté en posesión de medios o instrumentos que faciliten dichas conductas, obtendrá la calificación de cero en el procedimiento de evaluación y, en su caso, podrá ser objeto de sanción, previa apertura de expediente disciplinario".