

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Prácticas en Empresa I
PLAN DE ESTUDIOS: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
GRUPO: 2122-01
CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Obligatorio
ECTS: 6,0
CURSO: 3º
SEMESTRE: 2º Semestre
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE: Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

DATOS DEL PROFESOR

NOMBRE Y APELLIDOS: LAURA MARÍA VÁZQUEZ VIAÑO

EMAIL: lmvazquez@uemc.es

TELÉFONO: 983 00 10 00

CV DOCENTE:

Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Vigo. Premio Fin de Carrera Xunta de Galicia y Universidad de Vigo.

Posgrado en Search y Social Media Marketing. OBS.

Curso de Especialización en Publicidad Digital. ESIC

Vázquez cuenta con la siguiente experiencia en materia de formación en comunicación, marketing digital y social media:

- Universidad Europea Miguel de Cervantes. Diciembre 2020- actualidad. He impartido las asignaturas de Estrategia en Marketing Digital, Planificación y Gestión de la Relación con Clientes 2.0 (Máster en Marketing Digital) y en la actualidad tutorizo diferentes TFMS del master de marketing digital y Máster de Imagen Pública e imparto la asignatura de Herramientas y Métodos para una Comunicación de alto impacto en el máster de imagen pública.
- Escola Superior de Relaciones Públicas de Barcelona. Septiembre 2011- actualidad. Tutorizo el proyecto fin de carrera de estudiantes de Relaciones Públicas. Además soy responsable de los siguientes talleres de grado:
a) Estrategia en social media: el plan de comunicación online; b) Reputación online y prevención y gestión de crisis en internet; c) PR digital: estrategias de relación con influencers. Fui coordinadora y docente de la asignatura “Nuevas Tecnologías aplicadas a las Relaciones Públicas”.
- Universidad Complutense de Madrid. Marzo de 2016 - actualidad. Profesora de estrategia en redes sociales y elaboración de planes de influencia social en el Máster en Gestión Publicitaria. Ponente habitual en jornadas sobre influencia social.
- Galicia Business School. Noviembre de 2016 - actualidad. Profesora de estrategia en redes sociales en el Master en Marketing y Marketing Digital. Ponente y conferenciante en

diferentes eventos de la Escuela.

- Universidad de Santiago de Compostela. Febrero 2018- actualidad. En el marco del Máster de Marketing Digital y Gestión Comercial impartó sesiones sobre estrategia de influencia social, nuevos prescriptores digitales y corporate personal branding.
- INESDI Digital Business School. Noviembre de 2014- actualidad. Profesora docente de PR digital, influencia social, estrategia en social media y comunicación digital.
- Universidad Carlos III de Madrid. Enero 2019- actualidad. Profesora del Curso Experto en Reputación Corporativa en Entornos Digitales que organiza la Escuela de Periodismo y Comunicación de Unidad Editorial.
- IEBS. Abril 2018- actualidad. Profesora de la asignatura de Monitorización y Rentabilidad en el Master en Community Management, Empresa 2.0 y Redes Sociales.
- Universidad de Vigo. Enero 2016 - actualidad. Profesora docente de taller medios interactivos y redes sociales en el Máster en Dirección de Arte en Publicidad. Ponente ocasional sobre redes sociales y reputación online.
- Escuela Internacional de Marketing. Febrero de 2018 - julio de 2020. Profesora de las asignaturas de Community Management, Social Media Strategist, Facebook Ads y Proyectos fin de máster de Community Management y Comunicación.
- Escuela de Negocios y Dirección. Noviembre de 2016- julio 2018. Profesora en los masters en Digital Business y Máster en Marketing en Internet y Estrategia Digital. Sesiones sobre estrategia en redes sociales, influencia social, marca personal y tendencias digitales. Miembro del tribunal de final de master.
- Universidad Europea de Madrid. Abril de 2014- mayo 2018. Docencia en el Máster Universitario en Marketing y Comunicación de IEDE Business School de la Universidad Europea de Madrid. Sesiones: a) Estrategia de relaciones públicas en la red: plan de comunicación en entornos social media y digitales; b) Estrategias de PR digital: relación con bloggers e influencers en estrategias de RRPP y social media; c) Reputación, monitorización online y prevención de crisis en Internet.
- HUB ESCUELA. Agosto 2018. Profesora de la asignatura de Marketing de contenidos en el Máster en Digital Business.
- UNIR. Febrero 2018. Taller Corporate Personal Branding en el Máster Universitario en Marketing Digital y Comercio Electrónico.
- ICEMD. Instituto de La Economía Digital de ESIC. Diciembre 2013- Octubre 2017. Profesora en el Máster en Digital Business (MDB) y Curso Especializado de Marketing en Redes Sociales. Sesiones: "gobierno corporativo y gestión de la reputación online" y "puesta en marcha de un proyecto social media en tu compañía". Profesora in company.

- Instituto Superior de Protocolo y eventos (centro adscrito a la Universidad Camilo José Cela). Mayo 2014- Diciembre 2016. He impartido 2 master class sobre estrategias de PR Digital en eventos de moda: convocatoria, repercusión y monitorización de un evento a través de redes sociales.
- Universidad Carlos III de Madrid. Febrero de 2016- marzo 2018. Profesora invitada en el Máster en Liderazgo Político y Social de la Universidad Carlos III de Madrid. Asignatura "Nuevas Tecnologías e Instrumentos de Gestión Política", módulo: "monitorización de social media y aplicación estratégica".
- Máster en Comunicación en Salud 2.0. Enero de 2013. Profesora de la master class sobre estrategias y casos de éxito en salud 2.0 en el Máster en Comunicación en Salud 2.0 de la Fundación Lafer y Nebrija Business School.
- Curso Web 2.0 Best Relations y PR Noticias. Junio de 2010. Sesiones sobre estrategias 2.0 en Facebook y Twitter.
- Coordinadora y docente "I Curso en Social Media y web 2.0 en comunicación de salud ANIS & Best Relations". Diciembre de 2011 - marzo de 2012.
- CESMA Escuela de Negocios. Enero 2011-marzo 2012. Executive Master en Dirección Comercial y Marketing y Executive Master en Dirección y Administración de Empresas. Sesiones sobre social media aplicado al mundo empresarial y web 2.0.
- Profesora colaboradora en The Social Media Family. Septiembre de 2011- septiembre 2013. Profesora invitada en varios cursos y sesiones sobre estrategia en social media.

CV PROFESIONAL:

Vázquez cuenta con 14 años de experiencia profesional en agencias nacionales y multinacionales de referencia en España. A continuación se resume el cargo y nombre de las agencias en las que ha trabajado:

Directora de Marketing Digital en Torres y Carrera

Septiembre 2018- actualidad

Directora de Servicios al Cliente y CMO

Octubre 2017- Junio 2018

Havas- Head of Social Media & PR Digital

Marzo 2013- Octubre 2017

Best Relations- Consultora Senior de Comunicación y Social Media

Septiembre 2009 - Marzo 2013

Noa Nogueira- Account Executive Junior Publicidad y RRPP

Octubre 2007- Junio 2009

CV INVESTIGACIÓN:

Perfil Autora "Redes sociales, microblogging y relaciones públicas 2.0: análisis de las posibilidades y de las prácticas comunicativas en el sector español de e-salud" VI Congreso Internacional de Investigación en Relaciones Públicas. (Pontevedra, 5 y 6 de mayo de 2011).

Autora "El sector salud: de las estrategias de comunicación masivas a las conversaciones" en el XVI SEMINARIO Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión (AEDEMO) y Asociación Española de Anunciantes (AEA) (Madrid, 2 y 3 de junio de 2011).

Autora de "El modelo de presencia digital y tipo de conversación 2.0 de la industria farmacéutica española en redes sociales" II Congreso de la Blogosfera Sanitaria (Madrid, 17 y 18 de junio de 2011)

Autora ponencia "Televisión y espectáculo" (enero de 2008). Universidad de Navarra e Istituto per la Cooperazione Universitaria.

Autora del capítulo "El Pueblo Gallego" en Centenario Asociación de la Prensa de Vigo. (Febrero de 2010). Asociación de la Prensa de Vigo y Xunta de Galicia.

Ayudante de investigación proyecto "Prensa y Derechos Humanos" (Diciembre de 2008). Fundación Ciudadanía y Valores (Obra Social Caixa Galicia).

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA:

Para cursar esta asignatura son necesarios los conocimientos y competencias adquiridos en las diferentes asignaturas del plan de estudios. Durante la realización de las prácticas externas el estudiante profundizará en los conocimientos, capacidades y actitudes que ha adquirido y desarrollado en su formación universitaria previa. Este vínculo directo con la realidad empresarial, completará y complementará su formación teórica con la experiencia práctica. A través de estas prácticas, los estudiantes tomarán contacto con una situación laboral real que les facilitará nuevos escenarios de aprendizaje y práctica profesional.

Las prácticas externas son un elemento imprescindible del currículum formal del título. La realización de las prácticas y el aprendizaje competencial que ello conlleva (papel activo y dinamizador del estudiante), dotará al estudiante de las competencias laborales requeridas en la sociedad del conocimiento actual conforme a su perfil profesional, lo que les facilitará tanto la empleabilidad en un mercado laboral competitivo y con nuevas demandas como la mejora en su carrera profesional.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:

1. **Sesión de presentación** : Al inicio del curso, para dar a conocer la presente guía docente e informar sobre cómo y cuándo realizar las prácticas y sobre los procedimientos. En concreto se informa de
 1. Contextualización y relevancia de la asignatura en el plan de estudios
 2. Carácter y objetivos de la asignatura
 3. Requerimientos administrativos necesarios: procedimiento general

4. Premisas de actuación básicas en el centro de trabajo
5. Pautas para confeccionar la Memoria de Prácticas
6. Sistema de evaluación de la asignatura
2. **Periodo de prácticas**
 1. Periodo de prácticas : Realización de las prácticas por parte del alumno con la supervisión del tutor de empresa y con el seguimiento mediante tutorías del tutor académico.
3. **Evaluación**
 1. Evaluación : Evaluación del desempeño del alumno por parte del tutor de empresa y de la asignatura por parte del tutor académico

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

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

COMPETENCIAS GENERALES:

- CG01. Capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico
- CG02. Capacidad para trabajar en equipo
- CG03. Capacidad de liderazgo, iniciativa y espíritu emprendedor
- CG04. Capacidad para resolver problemas y tomar decisiones
- CG06. Capacidad para adaptarse al entorno y a nuevas situaciones
- CG07. Capacidad para conocer las culturas y costumbres de otros países, para apreciar la diversidad y multiculturalidad y respetar los derechos humanos universales
- CG08. Capacidad para ejercer con responsabilidad, autonomía, independencia y compromiso ético en la práctica profesional
- CG10. Capacidad para aplicar los conocimientos a la práctica

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- CE35. Capacidad para adelantarse a las tendencias y predecir las demandas de los clientes (potenciales y reales)

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- Desenvolverse a nivel básico en un entorno de trabajo.
- Integrarse en una estructura organizativa y en un equipo de trabajo, y tome conciencia del funcionamiento del mercado laboral afín a su titulación, integrándose en las empresas de comunicación.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA:

El estudiante tendrá como materiales de referencia los recursos y las principales referencias bibliográficas aportadas en cada una de las asignaturas de la titulación que estén directamente relacionadas con el ámbito empresarial donde realiza las prácticas.

WEBS DE REFERENCIA:

<https://www.uemc.es/p/practicas-academicas-externas>

Portal de Gestión de Prácticas <https://empleo.uemc.es>

Área de la web de la UEMC dedicada a las Prácticas Académicas Externas donde el estudiante encontrará toda la información que la Universidad le brinda sobre la realización de Prácticas: procedimientos, ofertas de Prácticas, etc.

WEBS DE REFERENCIA:

Web / Descripción

[Prácticas académicas externas](https://www.uemc.es/p/practicas-academicas-externas) (<https://www.uemc.es/p/practicas-academicas-externas>)

Prácticas académicas externas

[Portal de gestión de prácticas](https://empleo.uemc.es) (<https://empleo.uemc.es>)

Portal de gestión de prácticas

PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

METODOLOGÍAS:

Las prácticas externas se realizan bajo la tutela de la universidad y la coordinación con tutores de centros, instituciones o empresas.

El alumno a través de las prácticas adquiere sus primeras experiencias en un entorno profesional que será el suyo y complementará de forma práctica las competencias adquiridas en la titulación.

MÉTODO DIDÁCTICO:

No aplica

MÉTODO DIALÉCTICO:

Habiéndose formalizado la correspondiente documentación previa (Anexo I o Programa Formativo), el alumno inicia sus prácticas en la empresa o institución. El tutor académico, en su labor de seguimiento de las prácticas, indicará al alumno cómo y cuándo se desarrollarán la/s tutoría/s (al menos una). No obstante, el estudiante puede contactar por correo electrónico con el tutor académico en el momento que quiera. Así mismo, El tutor académico estará en contacto con el tutor de la empresa.

MÉTODO HEURÍSTICO:

Durante la realización de las prácticas el estudiante ha de ser capaz de:

- Desenvolverse a nivel básico en un entorno de trabajo.
- Integrarse en una estructura organizativa y en un equipo de trabajo.
- Tomar conciencia del funcionamiento del mercado laboral.
- Conocer el funcionamiento operativo de las empresas del sector en el que se enmarque la experiencia de prácticas.

CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

La matrícula en esta asignatura da derecho al alumnado a dos convocatorias comprendidas entre el curso en el que se realiza la matrícula y los dos siguientes en el caso de titulaciones de GRADO, o dos convocatorias comprendidas entre el curso en el que se realiza la matrícula y el siguiente curso, en el caso de titulaciones de MÁSTER.

En el caso de titulaciones de GRADO, las prácticas podrán desarrollarse en cualquier momento del curso, independientemente del carácter anual o semestral de la asignatura, mientras que, en el caso de titulaciones de

MÁSTER, las prácticas podrán desarrollarse a partir del momento en el que el alumno haya cursado el 50% de las materias, es decir, a partir del segundo semestre.

Los alumnos que deseen realizar prácticas deben contactar con el Servicio de Prácticas en Empresas con la suficiente antelación para la gestión de la documentación oportuna. Para comunicarse con el Servicio de Prácticas en Empresas los alumnos podrán utilizar las siguientes vías:

- Mediante el correo electrónico prácticas@uemc.es.
- Por teléfono (983 00 1000).

El periodo de evaluación abarcará desde el comienzo de las prácticas en la empresa o institución en la que se desarrollen, hasta la cumplimentación del cuestionario de satisfacción obligatorio y la entrega de la Memoria Final de Prácticas Académicas Externas, comprendiendo, por tanto, toda su ejecución y el trabajo de elaboración del informe requerido, que deberá remitirse al tutor académico en el plazo establecido de 1 mes desde la finalización de las prácticas. No obstante, en determinados casos podrá haber una fecha límite de entrega con menor margen temporal en función de las circunstancias personales y/o académicas del alumno. Si fuera el caso, el estudiante será informado con la suficiente antelación.

En el desarrollo de esta materia:

- Los estudiantes deben cumplir con los trámites administrativos fijados por el Real Decreto que regula la realización de prácticas de los alumnos universitarios y que gestiona el Servicio de Prácticas en Empresas, realizar las prácticas curriculares correspondientes, cumplimentar el cuestionario de satisfacción y entregar la Memoria Final de Prácticas al tutor académico para que éste pueda evaluar las prácticas una vez que disponga, también, del informe remitido por el tutor de la empresa.
- El tutor académico de prácticas resolverá las cuestiones y dudas que le sean planteadas por los estudiantes, realizará el seguimiento adecuado con el alumno y con el tutor de la empresa, revisará y calificará la Memoria Final de Prácticas y evaluará la asignatura.
- El tutor de empresa será el responsable de cumplimentar el informe de valoración del desempeño del alumno tras su periodo de prácticas.
- Todos los trámites documentales se realizarán a través del Servicio de Prácticas en Empresas, por medio del Portal de Gestión de Prácticas (<https://empleo.uemc.es/>).
- La comunicación entre el tutor académico de prácticas y los alumnos se realizará:
 - o presencialmente, previo concierto de una tutoría
 - o mediante el correo electrónico. El alumno deberá usar su cuenta de correo electrónico de la UEMC para las comunicaciones.
 - o mediante otro canal que determine el propio tutor académico.
- El estudiante mantendrá el contacto con su tutor académico mientras duren sus Prácticas.
- El alumno desarrollará la Memoria Final de Prácticas en cumplimiento de las indicaciones particulares establecidas por el tutor académico. Deberá entregarla en el plazo de un mes desde la finalización de las prácticas. Durante ese mes tiene derecho a una revisión de la Memoria Final por parte del tutor académico. Vencido dicho plazo, previa conformidad del tutor académico, se podrá prorrogar el periodo de entrega en hasta 15 días adicionales, siempre que existan motivos personales o profesionales justificados y no condicione otras circunstancias académicas, como podría ser la defensa del trabajo.

EVALUACIÓN CONVOCATORIA ORDINARIA:

CONSIDERACIONES EVALUACIÓN CONVOCATORIA ORDINARIA: El objetivo final de la asignatura Prácticas Externas es que el alumnado adquiera las competencias y habilidades necesarias para el ejercicio profesional y laboral.

La evaluación de las Prácticas Externas se realizará del siguiente modo:

1. Informe de evaluación emitido por la empresa donde el estudiante ha realizado las Prácticas Externas, donde se valorará de 0 a 10 las competencias profesionales adquiridas por el alumno. Este informe tiene un mayor peso en la calificación al ser la empresa quien dispone de mayor información sobre las capacidades, habilidades, conocimientos y destrezas del estudiante mostradas en la realización de las actividades encomendadas en el programa formativo de las Prácticas, así como su adaptación a un ambiente laboral o profesional real.

El Servicio de Prácticas en Empresas proporcionará al tutor de la empresa un modelo estandarizado para la evaluación de los alumnos que permitirán calificar el desempeño del estudiante durante el periodo de prácticas. La empresa colaboradora es la responsable de designar el tutor, el cual debe ser una persona vinculada a la entidad colaboradora, con experiencia profesional y con los conocimientos y actitudes necesarias para la realización de una tutela efectiva.

Este informe tiene un peso del 60% en la calificación final de la asignatura. En caso de que en dicho informe se haga constar que el alumno ha suspendido su periodo de prácticas curricular, supondrá que el estudiante tenga derecho a una segunda convocatoria.

2. Calificación por parte del Tutor Académico de la Memoria Final de Prácticas realizada por el alumno siguiendo las directrices indicadas sobre su estructura y extensión recomendada (de entre 10 y 20 páginas), valorando lo relativo a:

- Descripción de la empresa
- Contextualización de las prácticas
- Descripción concreta y detallada de las tareas y trabajos realizados
- Valoración personal

En el modelo de Memoria Final que se facilitará al alumno se detallan los contenidos de cada uno de estos epígrafes.

Con la Memoria Final se pretende evaluar su capacidad para exponer razonada y fundadamente las tareas llevadas a cabo durante la práctica; que éstas no han sido realizadas de manera simplemente mecánica, sino que conoce la razón de las mismas, acreditándose de esta forma la aplicabilidad racional de los conocimientos y habilidades adquiridos a lo largo de la titulación; y que la redacción, presentación y el uso de terminología son adecuados desde un punto de vista técnico y profesional.

La calificación de la Memoria de Prácticas (30%) y la labor de seguimiento cercano del estudiante a través de ambos tutores (10%) tienen un peso conjunto del 40% en la calificación final de la asignatura. El tutor académico valorará tanto la forma como el contenido de esta memoria y la calificación mínima deberá ser de 5 sobre 10. Las faltas de ortografía y el plagio serán motivo de suspenso.

Tanto el informe emitido por la empresa, como la memoria final deberán aprobarse para dar por superada la asignatura con una nota de 5 o más puntos sobre 10.

EVALUACIÓN CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

CONSIDERACIONES EVALUACIÓN CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA: Los estudiantes que hayan suspendido la Memoria Final de Prácticas podrán entregar una nueva memoria de su periodo de prácticas en el plazo que les da derecho su matrícula pudiendo obtener la máxima calificación.

En caso de que el alumno suspendiera el periodo de prácticas (Informe del tutor de empresa), supondrá que el estudiante tenga derecho a una segunda convocatoria. Esta situación deberá ser comunicada al Servicio de Prácticas en Empresas para su valoración y gestión.

SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE (%)
Técnicas de observación	10%
Informes de prácticas	30%
Escalas de actitudes	60%