

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Prácticas en Empresa I
PLAN DE ESTUDIOS: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
GRUPO: 1718-U
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: Óscar Díaz Chica
EMAIL: odiaz@uemc.es
TELÉFONO: 983 00 10 00
HORARIO DE TUTORÍAS: Jueves a las 15:00 horas
BREVE CV: Es doctor por la Universidad de Valladolid y licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, y en Humanidades. Además ha realizado un Máster en Educación Socioemocional para el desarrollo personal y profesional en la Universidad de Zaragoza. Tiene más de 10 años de experiencia como docente en el área de comunicación de diversas universidades españolas (Universidad Europea de Madrid, Universidad San Jorge y Universidad Europea Miguel de Cervantes), periodo en el que ha impartido variedad de materias encuadradas en el ámbito de la publicidad y las relaciones públicas. Actualmente es profesor en los Grados de Publicidad y Relaciones Públicas, Periodismo y Comunicación Audiovisual en la UEMC. Ha participado con contribuciones en congresos científicos sobre relaciones públicas, inteligencia emocional, ética informativa, comunicación digital y eventos comunicacionales. También ha colaborado en proyectos de investigación que vinculan la comunicación y el bienestar personal. Además ha publicado trabajos (artículos científicos, libros y capítulos de libros) sobre publicidad, innovación docente, videojuegos como soporte publicitario, psicología y comunicación persuasiva, relaciones públicas 2.0, organizaciones saludables, comunicación corporativa y formación mediática de actitudes, entre otras materias. En el ámbito profesional, algunos de sus roles desempeñados han sido director de comunicación, jefe de producto así como impulsor de un proyecto de armonización empresarial a través de la intervención en la cultura de las organizaciones.

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA: Las prácticas en empresas curriculares se ofrecen en la segunda mitad del plan de estudios una vez que se han superado el 50% de los créditos de su plan de estudios. Pueden realizarse desde el periodo vacacional inmediatamente anterior al curso en que el alumno se matricula y hasta el periodo vacacional posterior. La primera práctica realizada en estos periodos será considerada curricular y, por lo tanto, objeto de evaluación en esta asignatura. El alumno que lo desee podrá realizar otras prácticas con carácter no curricular, atendiendo a las indicaciones del Centro de Empleo y Carrera Profesional (CEMCAP). Para cursar Prácticas en Empresas I se requieren previamente conocimientos teórico-prácticos de las asignaturas del plan de estudios correspondientes a las asignaturas cursadas en el Grado de Publicidad y RR.PP.
--

Esta asignatura se encuentra ubicada dentro de la Materia denominada Prácticas Externas. Resulta evidente que para su consecución exitosa está relacionada con el resto de asignaturas del Grado de Publicidad y RR.PP. y con las competencias que las caracterizan. El acceso a las empresas de publicidad y/o comunicación y su funcionamiento, completa la formación del alumnado para desenvolverse de manera adecuada posteriormente en el mercado laboral y profesional del sector.

Con Prácticas en Empresas I los alumnos aprenderán a ser capaces de afrontar su profesión publicitaria así como en el campo de la comunicación en general, al participar en la toma de decisiones continua a la que se somete el publicitario: aprendizaje de las técnicas y métodos de trabajo profesional publicitario en relación al funcionamiento de las herramientas del manejo del sistema de la publicidad, conocimiento y destrezas de las principales estrategias de creación y puesta en marcha de campañas de comunicación y/o publicidad, manejo de los programas fundamentales de diseño y desempeño de las teorías básicas y prácticas de las disciplinas fundamentales de las relaciones públicas tanto en empresas privadas como públicas.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:

- Seminario de presentación.
- Periodo de prácticas apoyado en tutorías.
- Proceso de evaluación.
- Solicitud de las prácticas.
- Selección y asignación de las prácticas.
- Tramitación de documentos.
- Trabajar en departamentos de marketing, comunicación, planificación de medios, estudios de diseño y creatividad...
- Elaborar un informe de sus prácticas al terminar su periodo formativo.

RECURSOS DE APRENDIZAJE:

- Correo electrónico.
- Teléfono.
- Presentación Power Point del Seminario Informativo.
- Modelo de memoria final.

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 BÁSICA:

La bibliografía básica será la aportada en las asignaturas del plan de estudios correspondiente. Y en especial las relacionadas con el ámbito temático en el que se desarrollen las prácticas.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- Acosta, J. M. (2015): Dirigir: liderar, motivar, comunicar, delegar, dirigir reuniones. Madrid: ESIC.
- Aguado, D. Lucía, B. y Arranz, V. (2008): Habilidades para el trabajo en equipo: programa de entrenamiento. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- Ballenato, G. (2005): Trabajo en equipo: dinámica y participación en los grupos. Madrid: Pirámide.
- Baró, T. (2013): La gran guía del lenguaje no verbal: cómo aplicarlo en nuestras relaciones para lograr el éxito y la felicidad. Barcelona: Paidós.
- Cardona, P. y García, P. (2005): Cómo desarrollar las competencias de liderazgo. Barañáin (Navarra): EUNSA.
- Comín, E., De la Fuente, I. y Gracia, A. (1999): El estrés y el riesgo para la salud. Zaragoza: MAZ.
- Csikszentmihalyi, M. (2008): Fluir = (Flow): una psicología de la felicidad (13ª ed.). Barcelona: Kairós.
- Hernández, M. y Rodríguez, I. (2010): Comunicación no verbal y liderazgo: claves para conseguirlo. Oleiros (La Coruña): Netbiblo.
- Lama, D. Cutler, H. C. (2004): El arte de la felicidad en el trabajo. Madrid: Kailas.
- Lussier, R. N. y Assua, C. (2002): Liderazgo: teoría, aplicación, desarrollo de habilidades. México D.F.: Thompson Learning.
- Marina, J. A. (2011): Los secretos de la motivación. Barcelona: Ariel.
- Moreno, V. (2009): Motivación en el trabajo: estrategias para la motivación. Antequera (Málaga) : Innovación y Cualificación.
- Muñoz, M. (2009): Inteligencia emocional: emociones, estrés y salud. Madrid: Libro Hobby Club.
- Palomo, M. T. (2013): Liderazgo y motivación de equipos de trabajo (8ª ed.). Pozuelo de Alarcón (Madrid): ESIC.
- Ramos, A. (2006): Liderazgo y dirección de equipos. Alcalá de Guadaíra (Sevilla): MAD.
- Sánchez, J. F. (2010): Liderazgo: teorías y aplicaciones. Salamanca: Publicaciones Universidad Pontificia.
- Vidal, A. M. (2007): La autoridad natural: confianza, carisma, saber escuchar. Barcelona: Icaria.
- Zeus, P. y Skiffington, S. (2010): Guía completa de coaching en el trabajo. Madrid: McGraw-Hill.

WEBS DE REFERENCIA:

Web / Descripción

<http://www.uemc.es/p/cemcap>

El Centro de Empleo y Carrera Profesional (CEMCAP) es el encargado de ejecutar la política de empleabilidad de la UEMC.

<http://www.infojobs.net>

Entidad que persigue facilitar la búsqueda de empleo. Permite utilizar filtros vinculados con la comunicación.

<http://www.laboris.net/>

Bolsa de empleo de Schibsted, que representa un punto de encuentro entre candidatos y empresas. Permite utilizar etiquetas y realizar búsquedas en la categoría "publicidad".

<http://empleomarketing.com/>

Página web con ofertas de trabajo en Marketing Online.

OTRAS FUENTES DE REFERENCIA:

- Acciones formativas puntuales dirigidas a profesionales del ámbito de la publicidad y las relaciones públicas.
- Sesiones o talleres sobre coaching, liderazgo, inteligencia emocional, resiliencia, automotivación, capacidad para trabajar en equipo...

PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

METODOLOGÍAS:

MÉTODO HEURÍSTICO:

Se realizarán 150 horas de prácticas presenciales casi en su totalidad en una organización especializada en el ámbito de la comunicación o en un departamento de comunicación o marketing, con objeto de aplicar en el ámbito profesional parte de las competencias adquiridas en el grado (mínimo 130 horas). Las horas restantes se repartirán entre los seminarios obligatorios, las tutorías generales o específicas fijadas por el profesor y las producidas mediante correo electrónico, y la memoria que elaborará el alumno sobre su estancia en prácticas.

CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

Esta planificación estimada podrá verse modificada por causas ajenas a la organización académica primera presentada. El profesor informará convenientemente a los alumnos de las nuevas modificaciones puntuales.

La planificación dependerá del periodo en que cada alumno realice sus prácticas. Pero se caracteriza de manera general por:

- Seminario informativo sobre los procedimientos necesarios para la consecución de la asignatura.
- Cumplimiento de los procesos administrativos fijados por el CEMCAP: selección, entrevistas, documentación, etc.
- Realización de prácticas curriculares correspondientes.
- Contacto y seguimiento con el tutor de la empresa o institución.
- Entrega de la memoria de prácticas al tutor para su calificación junto con el informe remitido por la empresa o institución.
- Acción tutorial con el alumno:
 - Tutoría 1. Acogida: información e iniciación de la práctica.
 - Tutoría 2: Seguimiento.
 - Tutoría 3: Final y entrega de memoria.
- Corrección de la memoria y feedback al alumno.
- Calificación final.

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES Y EVALUACIONES:

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES:

Actividad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	¿Se evalúa?	EO	EE
Periodo de prácticas en empresa	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			X	X	X
Realización de memoria															X	X	X	X
Asistencia a tutorías			X													X	X	X
Comunicación vía correo electrónico	X		X												X	X	X	X

Asistencia a un seminario formativo ofertado por CEMCAP	1	X	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	¿Se evalúa?	X	EE
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	-------------	---	----

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN:

El objetivo final de la asignatura Prácticas Externas es que el alumno adquiera las competencias y habilidades necesarias para el ejercicio profesional y laboral.

La evaluación de las Prácticas Externas responde a este objetivo y permite otorgar al alumno una calificación final, con el fin de computarle los créditos en la configuración de su expediente académico.

Para la evaluación y calificación de las Prácticas Externas se tomará en cuenta:

1. El Informe de Evaluación emitido por el Tutor de la Empresa/Entidad (IETE).
2. La Memoria Final de prácticas elaborada por el estudiante (MF).
3. El Informe de Evaluación emitido por el Tutor Académico (IETA).

La ponderación de cada uno de estos tres componentes en el total de la calificación es:

1. El Informe de Evaluación emitido por el Tutor de la Empresa/Entidad. El sistema de evaluación utilizado son las “Escala de actitudes” (ponderación en la nota final: 60%).
2. El Informe de Evaluación emitido por el Tutor Académico y la Memoria Final de prácticas elaborada por el estudiante. El sistema de evaluación utilizado son los “Informes y memorias de prácticas” (ponderación en nota final: 30%).
3. La labor de seguimiento cercano del alumno a través de ambos tutores, midiendo su desempeño, valorando su aprendizaje y asegurando la puesta en práctica de las competencias sistémicas adquiridas durante el período de prácticas en la empresa, se evalúa mediante el sistema de evaluación “Técnicas de observación” (ponderación en la nota final: 10%).

El Informe de Evaluación emitido por el Tutor de la Empresa/Entidad (IETE) tiene un mayor peso en la calificación al ser la empresa/entidad 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 Centro de Empleo y Carrera Profesional (CEMCP) proporcionará al Tutor de la Empresa/Entidad un modelo estandarizado para la evaluación de un conjunto de ítems 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.

Los Informes de Evaluación emitido por el Tutor de la Empresa/Entidad (IETE) en que se haga constar que el alumnado ha suspendido su periodo de prácticas curricular, supondrá que el alumno tenga derecho a una segunda convocatoria.

El Tutor Académico valorará el grado de cumplimiento de los objetivos y de la evolución en las competencias adquiridas por el alumno, teniendo en cuenta los siguientes criterios:

- Valoración de la Memoria Final de prácticas elaborada por el alumno. La memoria final ha de ser presentada en un plazo máximo de un mes desde la finalización del periodo de práctica, siguiendo el modelo que le facilitará el tutor. El incumplimiento de este plazo puede conducir a que el profesor-tutor decline la evaluación de la misma. Con la memoria final se pretenden evaluar objetivos más académicos planteados al estudiante, de manera que por esta vía se juzgarán: (1) la capacidad del estudiante para exponer razonada y fundamentadamente las tareas llevadas a cabo durante la práctica; (2) 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 del Grado; (3) y que la redacción, presentación y el uso de terminología son adecuados desde un punto de vista técnico y profesional. Tanto la Memoria Final como el Informe de Evaluación emitido por el Tutor de la Empresa/Entidad (IETE) deberán aprobarse para dar por superada la asignatura. Las faltas de ortografía y el plagio serán motivo de suspenso.
- Valoración de las competencias interpersonales desarrolladas por el alumno durante el periodo de prácticas a través de las tutorías mantenidas con él (sistema de evaluación: “Técnicas de Observación” cuya ponderación en la nota final es el 10%). El tutor valorará mediante la observación las competencias sistémicas relacionadas

con las actitudes, comportamiento habitual, reacciones, decisiones, valores y, en general, el interés prestado en la realización de las prácticas, interacción personal con los tutores y las tutorías programadas durante todo el proceso de prácticas.

- Certificado que acredite la asistencia obligatoria a, al menos, un seminario formativo ofertado por el Centro de Empleo y Carrera Profesional (CEMCAP) en el mismo año en que el alumno esté matriculado de la asignatura o, en su defecto, en el año inmediatamente anterior. Este certificado es imprescindible para poder computar las otras variables que conforman la calificación final de la asignatura de Prácticas Externas. En el caso de que el alumno se matricule de dos asignaturas de prácticas en el mismo año, deberá asistir a un mínimo de dos seminarios.

SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

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

EVALUACIÓN EXCEPCIONAL:

Los estudiantes que por razones excepcionales no puedan seguir los procedimientos habituales de evaluación continua exigidos por el profesor podrán solicitar no ser incluidos en la misma y optar por una «evaluación excepcional». El estudiante podrá justificar la existencia de estas razones excepcionales mediante la cumplimentación y entrega del modelo de solicitud y documentación requerida para tal fin en la Secretaría de la Universidad Europea Miguel de Cervantes en los siguientes plazos: con carácter general, desde la formalización de la matrícula hasta el viernes de la segunda semana lectiva del curso académico para el caso de alumnos de la Universidad, y hasta el viernes de la cuarta semana lectiva del curso académico para el caso de alumnos de nuevo ingreso. En los siete días hábiles siguientes al momento en que surja esa situación excepcional si sobreviene con posterioridad a la finalización del plazo anterior.