

## DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

**ASIGNATURA:** Prácticas Externas I

**PLAN DE ESTUDIOS:** Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (PGR-PUBLICI)

**CENTRO:** Facultad de Ciencias Sociales

**CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:** Prácticas Externas

**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

Esta asignatura no está activa en el curso académico.

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

### OBSERVACIONES CONTENIDO DE LA ASIGNATURA:

La asignatura Prácticas externas I permite al alumnado aplicar los conocimientos y competencias adquiridos durante su formación universitaria en una empresa/institución/organización de su ámbito de estudio, contando con el acompañamiento tutorial y una evaluación organizada desde la UEMC y dicha empresa.

- Seminario de presentación.
- Periodo de prácticas apoyado en tutorías.
- Proceso de evaluación.

## COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

### COMPETENCIAS GENERALES:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se define a través de grandes competencias (GC), ubicadas temporalmente en esta categoría de "competencias generales"
- GC01. Competencia para la adquisición de las bases y fundamentos de la comunicación. Diagnosticar, analizar, valorar y relacionar el marco de la publicidad y las relaciones públicas desde una perspectiva global proveniente de conocimientos propios de la sociología, las teorías de la publicidad y las relaciones públicas y el análisis del discurso, la historia, el derecho o la economía, y asegurando un ejercicio de la profesión de calidad.
- GC02. Competencia para la elaboración de géneros publicitarios y de las relaciones públicas y el desempeño de distintos perfiles profesionales. Conocer la evolución de la Publicidad y las Relaciones Públicas, los diferentes mecanismos de actuación, su implicación y proyección social, y las diversas técnicas y estéticas desarrolladas a lo largo de la historia y en la actualidad, adaptándose a los nuevos perfiles profesionales provenientes de la comunicación digital.
- GC03. Competencia para la competencia digital. Conocer, analizar, criticar y aplicar el potencial digital y sus posibilidades creativas en la difusión y elaboración de contenidos de calidad, la búsqueda de información y las estrategias de colaboración y comunicación.
- GC04. Competencia para la comunicación corporativa. Conocer, analizar y diseñar estrategias de comunicación para instituciones de todo tipo, asegurando las acciones necesarias para una realización eficaz de los objetivos comunicativos diseñados.

- GC05. Competencia para la investigación y el diagnóstico. Analizar cualquier fenómeno publicitario desde el contraste de elementos, realidades y desde una perspectiva global para producir crear publicidad de calidad utilizando estrategias y técnicas procedentes de la metodología científica.
- GC06. Competencia para el emprendimiento y la innovación. Analizar y valorar el entorno empresarial, institucional y de las organizaciones, identificando necesidades de adaptación del mercado comunicativo y oportunidades de innovación; elaborar y liderar estrategias de cambio o emprendimiento, valorando adecuadamente riesgos y fortalezas.

#### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se concreta en los resultados de aprendizaje de cada materia y asignatura.

#### COMPETENCIAS TRANSVERSALES:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se concreta en los resultados de aprendizaje de cada materia y asignatura.

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- SbC1.1\_Subcompetencia\_Intrepretar los fenómenos sociológicos, económicos, históricos, políticos, jurídicos, artísticos y comunicativos para comprender los hechos actuales y realizar el desempeño de la publicidad y las relaciones públicas de calidad.
- SbC1.2\_Subcompetencia\_IDesempeñar las relaciones públicas y publicidad desde una perspectiva global.
- SbC2.2\_Subcompetencia\_Elaborar y definir diferentes técnicas propias de la profesión acorde a las necesidades del entorno para cubrir las necesidades del mercado.
- SbC3.1\_Subcompetencia\_Interpretar y valorar los avances tecnológicos digitales para su uso en la comunicación.
- SbC3.2\_Subcompetencia\_Desempeñar la comunicación digital atendiendo a su potencial creativo y de calidad.
- SbC4.2\_Subcompetencia\_Elaborar correctamente un plan de comunicación adaptado a las necesidades del mercado y la sociedad.
- SbC5.1\_Subcompetencia\_Interpretar la información y seleccionar técnicas y estrategias adecuadas para obtención de datos científicos propios del ámbito de la comunicación.
- SbC6.1\_Subcompetencia\_Identificar e interpretar las oportunidades de emprendimiento en el ámbito de publicidad y las relaciones públicas.
- C1.1\_Conocimiento\_Conocer los principios sociológicos, económicos, históricos, políticos, jurídicos, artísticos y comunicativos.
- C1.2\_Conocimiento\_Comprender la relación entre las distintas áreas de conocimiento y su vínculo con la publicidad y las relaciones públicas.
- C2.2\_Conocimiento\_Conocer e interpretar los diferentes géneros existentes en publicidad y relaciones públicas para el desempeño de los diferentes perfiles profesionales.
- C3.1\_Conocimiento\_Conocer los elementos, técnicas y estrategias de la comunicación digital.
- C3.2\_Conocimiento\_Comprender el potencial y el contexto de la comunicación digital para el desempeño de la publicidad y las relaciones públicas
- C4.2\_Conocimiento\_Comprender las estrategias de la comunicación corporativa para su posterior aplicación.
- C5.2\_Conocimiento\_Comprender las estrategias y técnicas metodológicas para el acopio de datos contrastados.

- C6.2\_Conocimiento\_Comprender el mercado comunicativo y sus oportunidades para la innovación.
- H1.1\_Habilidad o destreza\_Analizar los fenómenos socio-culturales para la producción publicitaria y de relaciones públicas.
- H1.2\_Habilidad o destreza\_Aplicar los conocimientos básicos en principios en sociología, economía, historia, políticas, legislación, arte y comunicación en el ejercicio de la profesión de publicidad y relaciones públicas.
- H2.1\_Habilidad o destreza\_Analizar y elaborar géneros y mecanismos propios de la profesión de las relaciones públicas.
- H2.2\_Habilidad o destreza\_Elaborar e interpretar propuestas de forma adecuada utilizando las diferentes metodologías propias de la profesión.
- H3.1\_Habilidad o destreza\_Aplicar las tecnologías digitales al ámbito de la comunicación digital.
- H3.2\_Habilidad o destreza\_Analizar y desarrollar productos audiovisuales digitales.
- H4.1\_Habilidad o destreza\_Analizar y desarrollar un plan de comunicación efectivo.
- H4.2\_Habilidad o destreza\_Analizar el entorno para su posterior aplicación en las diferentes áreas de la comunicación corporativa.
- H5.2\_Habilidad o destreza\_Analizar y desarrollar trabajos de investigación en comunicación audiovisual de calidad.
- H6.2\_Habilidad o destreza\_Desarrollar las estrategias adecuadas para el emprendimiento y la innovación en publicidad y las relaciones públicas.
- CT1.1\_Compетенencia transversal, actitud o valor\_Desarrollar el sentido de la integridad y ética en la publicidad y relaciones públicas, partiendo del correcto cumplimiento de la normativa legal.
- CT2.1\_Compетенencia transversal, actitud o valor\_Desarrollar una alta capacidad de liderazgo y resolución de problemas, con capacidad para ofrecer soluciones creativas en situaciones complejas.
- CT3.1\_Compетенencia transversal, actitud o valor\_Desarrollar la capacidad de liderazgo y toma de decisiones en el entorno digital desde una actitud responsable.
- CT4.1\_Compетенencia transversal, actitud o valor\_Desarrollar capacidad de liderazgo y toma de decisiones en el ámbito de la comunicación corporativa desde una actitud ética.
- CT6.1\_Compетенencia transversal, actitud o valor\_Desarrollar la capacidad de liderazgo y toma de decisiones de emprendimiento e innovación, desde una actitud ética.