

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 (PE)

ECTS: 6,0

CURSO: 3º

TEMPORALIDAD: 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 DEL 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_Interpretar 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_Desempeñar 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.