

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Publicidad		
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas		
Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación		
Asignatura:	Prácticas en Empresas II		
Tipo:	Prácticas Externas	Créditos ECTS:	6
Curso:	4	Código:	1945
Periodo docente:	Octavo semestre		
Materia:	Empresa		
Módulo:	Sistema Empresarial Publicitario		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	150		

Equipo Docente	Correo Electrónico
Pablo Garrido Pintado	p.garrido.prof@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura "Prácticas en Empresa II" aborda la faceta más práctica de los estudios del Grado, incorporando a los alumnos de Grado en el mundo real de las diferentes empresas que configuran el sistema publicitario español: Anunciantes, Agencias de Publicidad, Agencias de Medios, Medios de Comunicación y restantes empresas proveedoras de diferentes productos y servicios de comunicación.

OBJETIVO

Conocer en profundidad y en directo el trabajo que se realiza en una empresa de las que configuran el Sistema Publicitario Español, participando activamente en su desarrollo.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

El alumno debe contar con unos conocimientos correspondientes a la totalidad de las asignaturas del Grado, especialmente en lo referente al funcionamiento de las distintas empresas que integran el Sistema Publicitario Español, así como de los diferentes roles profesionales que trabajan en ellas.

CONTENIDOS

No existe un temario como tal. La mayoría de la documentación se puede consultar en la página Web de la Universidad en la sección de el Departamento de Prácticas y Empleo y en el Aula Virtual de la asignatura. A su vez, los alumnos contarán con materiales y asesoramiento para realizar un curriculum vitae y portfolio profesional, realizar una búsqueda de empleo efectiva y enfrentarse a una entrevista de trabajo.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

A primeros de curso, se organiza una sesión donde son invitados técnicos del departamento de prácticas y empleo de la Universidad. El objetivo es que el alumno conozca de primera mano el procedimiento de búsqueda, solicitud y posterior gestión de sus prácticas desde la firma del convenio universidad-empresa hasta la finalización del periodo de prácticas y entrega de los informes necesarios para su evaluación.

Breve resumen del procedimiento

1. Solicitud de prácticas

- Solicitud a través de la plataforma digital del Departamento de Prácticas y empleo: cumplimentar curriculum vitae y presentación a los distintos procesos de selección.
- En caso que la empresa no cuente con convenio con la universidad, es necesaria la firma de un convenio.
- Si el alumno desea realizar las prácticas como autónomo o a través de una empresa propia, debe ponerse en contacto con su tutor para definir un proceso.

2. Realización de las prácticas:

- Al comenzar, el alumno informará al tutor académico y éste deberá contactar con el responsable de prácticas haciéndole llegar un cuestionario de evaluación que deberá remitirse al finalizar el periodo de prácticas
- Las prácticas pueden realizarse durante el curso académico correspondiente (4º curso)
- Deben ser provechosas tanto para el alumno (en su formación y desarrollo profesional) y para la empresa
- Se debe entregar al Tutor de la Universidad copia del Anexo del contrato firmado con el Departamento de Prácticas y Empleo al comenzar las prácticas

3. Evaluación

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
5 horas	145 horas
Clases presenciales: 4 horas Tutorías: 1 hora	Trabajo en empresa: 145 horas

COMPETENCIAS

Competencias básicas / generales / transversales

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

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

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

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

Madurar humana e intelectualmente. Adquirir la capacidad para tomar decisiones y solucionar problemas en el ámbito de su actividad profesional o investigadora.

Saber asesorar a un cliente para supuestos de comunicación publicitaria que no requieran un excesivo nivel de especialización.

Adquirir un pensamiento crítico, analítico, sintético, reflexivo, teórico y práctico para ser capaz de comprender la realidad y las necesidades de los anunciantes para elaborar mensajes persuasivos que se difundan a través de los medios de comunicación como soporte.

Competencias específicas

Adquirir un conocimiento de la realidad empresarial del sector publicitario de España y del resto del mundo (políticas de gestión y funcionamiento).

Adquirir un conocimiento de la estructura, funcionamiento y gestión de las empresas del sector publicitario y de comunicación.

Practicar el ejercicio y la actividad de persuadir en una empresa de comunicación profesional, a través de las prácticas obligatorias del Grado.

Desarrollar criterios para la resolución de problemas y la toma de decisiones, tanto en el ámbito profesional como en el ámbito personal.

Ejecutar las principales tareas publicitarias, en entornos de trabajo especializado o de servicios plenos, a nivel nacional o internacional.

Conocer las estrategias que le faciliten incorporarse y adaptarse a un equipo de trabajo, haciendo compatibles sus propios intereses con los del proyecto colectivo en el que se ha incorporado.

Recuperar, organizar, analizar y procesar información valiosa del anunciante y sus marcas, productos o servicios, utilizarla de forma confidencial y positiva para el logro de los fines buscados por el anunciante.

Conocer e interpretar la información para aplicarla a la comunicación publicitaria.

Comprender los planes de marketing de los anunciantes y adaptarse a la cultura propia de cada organización para lograr una comunicación fluida entre anunciante y agencia.

Implementar las habilidades sociales que se requieren en el ejercicio de la comunicación publicitaria y de la Relaciones Públicas: trabajo en equipo, gestión del tiempo, gestión del talento y la creatividad etc.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Poner al alumno en contacto con empresas del sistema publicitario español

Facilitar al alumno la aplicación de sus conocimientos en situaciones reales bajo la supervisión de profesionales en activo.

Procurar al alumno una experiencia profesional real e incitarle a reflexionar sobre la misma.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

La evaluación de la asignatura se efectúa con la valoración de las prácticas realizada por la empresa (Cuestionario de Evaluación) y con la Memoria de Prácticas realizada por el alumno.

A. CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN

El informe final de prácticas del tutor de empresa recogerá el número de horas realizadas por el estudiante y valorará los siguientes aspectos:

- Capacidad de diseñar y gestionar proyectos
- Identifica el vocabulario técnico
- Utiliza eficazmente herramientas informáticas
- Cultiva una actitud de inquietud intelectual
- Aplica los conocimientos a la práctica
- Cultiva actitudes de liderazgo y responsabilidad social
- Es respetuoso y dialogante
- Capacidad para la resolución de problemas y toma de decisiones
- Capacidad técnica
- Capacidad de aprendizaje
- Administración de trabajos
- Habilidades de comunicación oral y escrita
- Sentido de la responsabilidad
- Facilidad de adaptación
- Iniciativa
- Implicación personal
- Motivación
- Receptividad a las críticas
- Puntualidad
- Relaciones con su entorno laboral
- Capacidad trabajo en equipo
- Creatividad

B. MEMORIA DE PRÁCTICAS REALIZADA POR EL ALUMNO

El estudiante elaborará y hará entrega al tutor de universidad la memoria final de prácticas en la que deberá reflejar:

- Descripción concreta y detallada de las tareas, trabajos desarrollados y departamentos de la entidad a los que ha estado asignado.
- Valoración de las tareas desarrolladas con los conocimientos y competencias adquiridos en relación con los estudios universitarios.
- Relación de los problemas planteados y el procedimiento seguido para su resolución.
- Identificación de las aportaciones que, en materia de aprendizaje, han supuesto las prácticas.
- Evaluación de las prácticas y sugerencias de mejora.

Es aconsejable que acompañe este documento con un portfolio o resumen de los trabajos realizados durante su periodo de prácticas.

El profesor encargado realizará una ponderación entre ambas calificaciones y cumplimentará el "Informe de valoración del tutor académico"

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

Brazeau, Julie. Cómo redactar nuestro curriculum vitae. Gedisa, 1994.

Complementaria

Poundstone, William ¿Es lo bastante inteligente como para trabajar en Google? : preguntas, trucos y estrategias de selección de las empresas más exigentes del mundo. Barcelona: Conecta 2012