

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Grado en Publicidad
-------------	---------------------

Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas
-----------------------	-------------------------------

Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación
-------------------	-----------------------------

Asignatura:	Experiencias de Relación Profesional
-------------	--------------------------------------

Tipo:	Obligatoria
-------	-------------

Créditos ECTS:	6
----------------	---

Curso:	3
--------	---

Código:	3362
---------	------

Periodo docente:	Quinto-Sexto 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
José Luis Agra Valero	jl.agra@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

En coherencia con el propósito formativo del curso en el que se encuadra esta asignatura, se persigue fomentar la ideación y la realización de proyectos publicitarios alternativos en base a una estrategia acorde a los públicos y medios de difusión, con una visión ética.

El mercado laboral está cambiando. Aunque la publicidad siempre tratará de conectar a las personas con las historias, las marcas y las experiencias, en los próximos años nuestros jóvenes se van a enfrentar a un modelo de trabajo diferente, dónde su preparación y su habilidad para prosperar en un entorno cambiante va a ser la clave de

su éxito. La UFV consciente y conocedora de esta realidad como complemento a la formación académica recibida en el grado de publicidad que imparte, quiere poner a disposición de los alumnos los conocimientos y herramientas complementarios que les faciliten el acceso al mercado laboral de la comunicación publicitaria y que les permitan desenvolverse, tanto en los formatos clásicos de contratación, en agencias, medios, anunciantes, consultoras, o cualquiera de los otros actores del ecosistema publicitario, como en los nuevos de "freelancismo", por cuenta propia y de emprendimiento.

Por otro lado, somos conscientes de que el mundo de la publicidad ha cambiado drásticamente durante los últimos años, especialmente con la integración del Big Data y la Inteligencia Artificial en las estrategias de las marcas, pese a ello, afortunadamente, en las futuras profesiones relacionadas con la publicidad el componente humano será tan esencial como ahora.

En esta asignatura los alumnos tendrán oportunidad de conocer las oportunidades de mercado, trabajar competencias de comunicación y coaching ejecutivo, aplicables al día a día profesional, al trabajo en equipos de alto rendimiento y a la negociación. Aprenderán a mantener relaciones asertivas y duraderas con sus clientes e incorporarán habilidades de liderazgo.

Esta asignatura tiene un carácter transversal que excede los conocimientos técnicos publicitarios para, de acuerdo con la misión de la universidad, ensanchar los horizontes de la razón y preparar a los alumnos para que se desarrollen plenamente como personas y así poder servir al bien común de la sociedad en la que viven.

Dentro de la asignatura, los alumnos de 3º cursarán el Programa "Protagoniza tu futuro". Este programa busca acompañar a los alumnos en esta etapa más próxima al inicio de su carrera profesional, generando espacios de reflexión que actualicen la pregunta por la vocación personal, aportándoles una visión general de la realidad del mercado, promoviendo el desarrollo competencias transversales fundamentales y acompañando en la toma de decisiones sobre su futura carrera profesional.

En PTF los alumnos realizarán talleres prácticos y guiados en el horario habitual de las clases. También tendrán mentorías individuales fuera del horario de clases. Los talleres y las mentorías son de asistencia obligatoria. También tienen carácter obligatorio todas las actividades y tareas derivadas de éstas pues contribuyen a la consecución de los resultados de aprendizaje de la asignatura.

OBJETIVO

El objetivo de esta materia es conectar al alumno con la realidad del panorama laboral actual al que se incorporará, en primer lugar, durante la asignatura de Prácticas y, posteriormente, cuando finalice sus estudios.

El curso está diseñado para desarrollar las habilidades que necesita para ser más competitivo en su búsqueda de empleo, mejorando su desempeño a través del desarrollo de las habilidades transversales imprescindibles para cumplir con éxito la responsabilidad de su puesto de trabajo y así facilitar su integración en el conjunto de las diferentes tipologías de empresas del ámbito publicitario.

Con el fin de enriquecer el conocimiento del sector, la asignatura Experiencias de Relación Profesional posibilitará el contacto directo con profesionales de probada maestría con los que el alumno podrá interactuar y dialogar, en el transcurso de sesiones planificadas, que compartirán su experiencia profesional para que el alumno adquiera diferentes puntos de vista con los que poder componer una visión global de la publicidad.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Aquellos que se presuponen tras haber cursado las asignaturas del grado en años anteriores.

CONTENIDOS

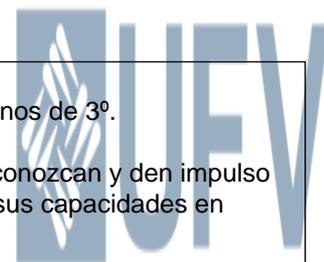
La asignatura se estructura en 2 bloques para los alumnos de 5º, o 3 bloques para los alumnos de 3º.

Introducción Presentación y descripción de la asignatura.

1.- HABILIDADES PARA LA EMPLEABILIDAD: Parte de la necesidad de que los alumnos conozcan y den impulso a su propia diferenciación, que les va a permitir destacar en el mercado laboral. Desarrolla sus capacidades en este campo.

1.1- Autoliderazgo y marca personal

1.2- Comunicación



- 1.3- Productividad
- 1.4- Gestión de conflictos, fundamentos para la negociación
- 1.5- Trabajo en equipo
- 1.6- Cambio y mejora continua
- 2.- POSIBILIDADES LABORALES EN EL ECOSISTEMA PUBLICITARIO: Permitirá desenvolverse al alumno tanto en los formatos clásicos como en los nuevos de "freelancismo", de emprendimiento y de trabajo por cuenta propia y/o ajena, que les prepare para la transición laboral y les familiarice también con los nuevos modelos y perfiles de trabajo que van a encontrar en los diferentes actores del ecosistema publicitario.
- 2.1- Principales actores del ecosistema: Anunciantes, Medios, Agencias Creativas y de Medios.
- 2.2 - Actores secundarios: Consultoras, Productoras Audiovisuales, Gráficas y Digitales, Empresas de Investigación, Agencias de Comunicación y otros.
- 2.3 DIFERENTES PERFILES PROFESIONALES: Profesionales en activo hablarán de su trabajo y de la labor que desempeñan.
- Solo Alumnos de 3º.**
- 3.- "PROTAGONIZA TU FUTURO". Programa impartido por el area de Carreras Profesionales.
- 3.1- Taller 1: Mi mensaje de presentación
- 3.2- Mentoría 1
- 3.3- Taller 2: Marca personal. CV y entrevista
- 3.4- Taller 3: Simulacro de entrevista
- 3.5- Mentoría 2
- Son 3 talleres en horario de clase + 2 mentorías individuales fuera del horario de clase (de una hora de duración cada una)

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Los alumnos asistirán a clase de forma presencial.

La asignatura se estructura en 2 bloques para los alumnos de quinto o 3 bloques para los alumnos de tercero.

1) El módulo de "Habilidades para el Empleo" de carácter más teórico se realizará con la ayuda de un curso MOOC (por sus siglas en inglés: Masive Online Open Courses) que cada alumno deberá seguir individualmente y que será ampliado y completado por el profesor en clase.

2) De cara a abrir su abanico de posibilidades, la universidad invitará a profesionales en activo de diferentes ámbitos para que puedan compartir su trabajo y experiencia con los alumnos. Estas intervenciones se ajustarán en el calendario en función de la disponibilidad de los ponentes durante el curso. Con los aprendizajes, temas suscitados, discusiones abiertas por los protagonistas, el alumno deberá realizar un informe que servirá como materia de evaluación de esta parte.

3) Solo Alumnos de 3º. Dentro del programa de acompañamiento profesional del departamento de Carreras Profesionales, "Protagoniza tu futuro", los alumnos realizarán en el 2º cuatrimestre 3 talleres en el aula y 2 mentorías individuales con el fin de obtener herramientas y recursos que les ayuden a potenciar su empleabilidad. Todas las actividades serán de asistencia obligatoria y se tendrán en cuenta para la calificación.

- Todos los materiales facilitados por el profesor para lectura, estudio o consulta, se encontrarán depositados en el aula de e-learning (canvas), dónde los alumnos también entregarán sus ejercicios, ya sean grupales o individuales.
- Cuando el trabajo sea grupal deberá ser subido por todos los miembros del equipo al aula virtual; de no entregarlo, no será calificado.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
60 horas	90 horas
Clase Expositiva Participativa 15h Evaluación 6h Actividades formativas, trabajo individual y en equipos... 24h Conferencias y/o talleres con profesionales 15h	Trabajos individuales o en grupo 20h Preparación, estudio teórico y práctico 40h Trabajo virtual en red 30h <ul style="list-style-type: none"> • Talleres Protagoniza tu Futuro (Alumnos 3º): - Trabajo autónomo (ejercicios y tareas de

<ul style="list-style-type: none"> • Talleres Protagoniza tu Futuro (solo alumnos 3º):- Talleres PTF: 6hs en total (3 talleres de dos horas de duración, en horario habitual de clase)- Aprendizaje individual tutorizado PTF (mentorías)= 2hs (dos mentorías de una hora de duración cada una) 	talleres y mentorías) = 2hs.
--	------------------------------

COMPETENCIAS

Competencias básicas

<p>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</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado</p> <p>Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía</p>
--

Competencias generales

<p>Desarrollar la capacidad para desempeñar labores creativas y de gestión, como trabajador autónomo y en sistemas de autoempleo.</p> <p>Aprender a aprender: comprender el propio dinamismo del desarrollo personal mediante las competencias de comunicación, investigación, pensamiento crítico-creativo, planteamiento y ejecución de planes de acción y trabajo en equipo.</p> <p>Cultivar actitudes de liderazgo y responsabilidad social en el desempeño personal y profesional.</p>

Competencias específicas

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



RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Detectar e identificar las oportunidades del mercado.

Gestionar, cuidar y trabajar la marca personal.

Plantear, presentar y vender una propuesta personal, una idea o un proyecto con éxito.

Solo Alumnos de 3º :

A través de los talleres y mentorías "Protagoniza tu Futuro":

- identifica qué sabe y qué sabe hacer, cuáles son sus logros y aprendizajes y qué busca alcanzar profesional y personalmente.
- Comunica lo anterior adecuándolo a diferentes formatos (entrevista personal, CV, redes sociales, etc.)
- Ha adquirido las habilidades necesarias para mantenerse actualizado en la realidad del mercado profesional.
- Ha tomado alguna decisión en relación con su desarrollo profesional.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

Todos los alumnos deben cumplir con todos los aspectos que a continuación se indican tanto en la convocatoria ordinaria como en la extraordinaria.

La evaluación comprende 4 partes para alumnos de 5º y 5 para alumnos de 3º, repartidas en 2 cuatrimestres, diferentes y necesarias para obtener la calificación total: Para ambos cursos (3º y 5º), las notas de **cada cuatrimestre** valen un **50%** de la calificación final. Ambos deben estar aprobados para que se haga media.

- *Primer cuatrimestre: Común a 3º y 5º.*

Examen parcial liberatorio y ordinario, a finales del periodo de referencia, de la materia relativa a habilidades para la empleabilidad. Necesita ser aprobado con una nota igual o superior a 5 sobre 10 puntos. Esta calificación supone un 50% de la nota final del cuatrimestre. Deberá acreditarse el haber completado el MOOC, condición necesaria para ser evaluado.

Trabajos que se realizarán tanto presencialmente, como en forma autónoma (no presencial) durante el cuatrimestre: 50% de la nota de ese periodo.

- *Segundo cuatrimestre:*

3º curso.

A partir de las diferentes intervenciones de profesionales, junto con lo explicado en clase sobre las posibilidades laborales del ecosistema publicitario y los conocimientos adquiridos sobre la construcción de "marca personal", el alumno realizará un trabajo final, en video, en el que mostrará lo aprendido durante el curso. Su calificación supone un **40%** de la nota de este periodo.

Trabajos que se realizarán tanto presencialmente, como en forma autónoma (no presencial) durante el cuatrimestre en base a las intervenciones de los profesionales que compartan su experiencia con los alumnos: **30%** de la nota del periodo.

Talleres programa "Protagoniza tu Futuro". Su calificación supone un **30%** de la nota final de este periodo.

Puntuación asignada: 0,22 (cada taller x 3) / 0,20 (cada mentoría x 2) / 0,15 (cada entregable x 3)

Tipología: individual/grupal

Desarrollo: dentro del aula y 2 sesiones individuales

Se recomienda la asistencia a todas las actividades programadas por Prácticas y Empleo porque tienen un carácter secuencial.

Las 3 partes deben estar aprobadas para que se haga media.

5º curso

A partir de las diferentes intervenciones de profesionales, junto con lo explicado en clase sobre las posibilidades laborales del ecosistema publicitario y los conocimientos adquiridos sobre la construcción de "marca personal", el alumno realizará un trabajo final, en video, en el que mostrará lo aprendido durante el curso. Su calificación supone un **55%** de la nota de este periodo.

Trabajos que se realizarán tanto presencialmente, como en forma autónoma (no presencial) durante el cuatrimestre en base a las intervenciones de los profesionales que compartan su experiencia con los alumnos: **45%** de la nota del periodo.

Ambas partes deben estar aprobadas para que se haga media.

Las exigencias serán iguales tanto en convocatoria ordinaria, como extraordinaria. Aunque en la convocatoria extraordinaria, si el alumno no ha realizado los trabajos grupales durante el curso, deberá hacerlos individualmente para que se le tengan en cuenta.

Para tener derecho a la evaluación continua el alumno deberá asistir al menos el **80%** del tiempo de clases. La no asistencia a clases en más de un **20%** sin causa debidamente justificada implicará que el profesor indicará específicamente al alumno las condiciones de su evaluación.

No se admiten fórmulas distintas a las indicadas en ninguna convocatoria ordinaria o extraordinaria.

Las conductas de plagio, así como el uso de medios ilegítimos en las pruebas de evaluación, serán sancionados conforme a los establecido en la Normativa de Evaluación y la Normativa de Convivencia de la universidad.

Los alumnos con dispensa académica deben de presentar / realizar todas las tareas obligatorias y exámenes expuestos en esta Guía Docente, no estando exentos de ninguna. Si en algún caso, para alguna tarea realizada en clase, no pudieran asistir, el profesor le asignará específicamente otra fórmula de evaluación de dicha tarea.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

ARDEN, Paul. Usted puede ser lo bueno que quiera ser.
Ed. PHAIDON PRESS LIMITED, 2019.

RODRÍGUEZ DEL TRONCO, Jane. Con la colaboración de Noemí Vico García, Rosa M^a Rodríguez del Tronco, Juan Ruiz de los Paños, Laura Chica Habilidades para el empleo.
Curso MOOC / Conecta Empleo Fundación Telefónica. Miriadax – Telefónica. 2021

COVEY, Stephen R Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva.
Ed. Booket, 2015.

Complementaria

ALCAIDE HERNÁNDEZ, Francisco Aprendiendo de los mejores.
Ed. Alienta, 2016.

ARQUES, Neus Y tú, ¿Qué marca eres?
Ed. Alienta, 2012.

GOLEMAN, Daniel Inteligencia emocional.
Ed. Kairós, 1996.

KAWASAKI, Guy. El Arte de Cautivar. Cómo se cambian los corazones, las mentes y las acciones.
Ed. Booket, 2013.

PÉREZ ORTEGA, Andrés. Marca Personal. Cómo convertirse en la opción preferente.
Ed. ESIC, 2008.

