

Guía Docente

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

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.

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

0.- Introducción Presentación y descripción de la asignatura;

La asignatura se estructura en dos bloques para los alumnos de Quinto o tres bloques para los alumnos de Tercero

1.- HABILIDADES PARA LA EMPLEABILIDAD; Parte de la necesidad de que conozcáis y deis impulso a vuestra propia diferenciación, que os va a permitir destacar en el mercado laboral. Desarrolla vuestras 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.- Solo para Tercero. "PROTAGONIZA TU FUTURO"- Talleres experienciales: Trabajaremos en preparar las herramientas concretas que os proyecten al mercado y contaremos con una serie de visitas en la universidad, en las que tendréis que tomar parte activa.

- 2.1- Taller 1: Protagoniza tu Futuro
- 2.2- Taller 2: Marca Personal. CV y Entrevista
- 2.3- Taller 3: Simulacro de Entrevista
- 2.4- 2 Mentorías individuales.

3.- POSIBILIDADES LABORALES EN EL ECOSISTEMA PUBLICITARIO. Permitirá desenvolveros tanto en los formatos clásicos como en los nuevos de "freelancismo", de emprendimiento y de trabajo por cuenta propia y/o ajena, que os prepare para la Transición laboral y familiarizaros también con los nuevos modelos y perfiles de trabajo que vais a encontrar en los diferentes actores del ecosistema publicitario.

- 3.1- Principales actores del ecosistema: Anunciantes, Medios, Agencias Creativas y de Medios.
- 3.2- Actores secundarios: Consultoras, Productoras Audiovisuales, Gráficas y Digitales, Empresas de Investigación, Agencias de Comunicación y otros.
- 3.3- Diferentes perfiles profesionales: Profesionales en activo hablaran de su trabajo y de la labor que desempeñan.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Los alumnos asistirán a clase de forma presencial. Solo si se produjera alguna circunstancia que lo impidiera, debido a recomendaciones sanitarias, se organizarían clases en remoto, mediante conexión online, a las mismas horas fijadas para ello en el horario de clases.

La asignatura se estructura en dos bloques para los alumnos de Quinto o tres 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) Dentro del programa de acompañamiento profesional del departamento de Prácticas y Empleo, "Protagoniza tu futuro", los alumnos de Tercero realizarán en el 2º cuatrimestre tres talleres en el aula y dos 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.

3) Finalmente, 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 tercera parte. Todas estas actividades son de asistencia obligada.

- Todos los materiales facilitados por el profesor para lectura, estudio o consulta, se encontrarán depositados en el aula de e-learning (Canvas) Donde los alumnos también entregarán sus ejercicios, ya sean grupales o individuales.

- Los ejercicios individuales se entregarán en el espacio habilitado en el aula virtual y tendrán una calificación conjunta.

- Cuando el trabajo sea grupal deberá ser subido por todos los miembros del equipo al aula virtual; de no entregarlo, no será calificado.

- Las actividades formativas, así como la distribución de los tiempos de trabajo, pueden verse modificadas y adaptadas en función de los distintos escenarios establecidos siguiendo las indicaciones de las autoridades sanitarias.

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

COMPETENCIAS

Competencias básicas

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

Competencias generales

Desarrollar la capacidad para desempeñar labores creativas y de gestión, como trabajador autónomo y en sistemas de autoempleo.

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.

Cultivar actitudes de liderazgo y responsabilidad social en el desempeño personal y profesional.

Competencias específicas

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Detectar e identificar las oportunidades del mercado. Experimentar en primera persona las necesidades y expectativas del cliente real y del entorno laboral.

Gestionar, cuidar y trabajar la marca personal. Conocer y saber utilizar los diferentes formatos para realizar un Buen CV.

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

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

Sistema único de evaluación continua.

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 tres partes diferentes y necesarias para obtener la calificación total:

-Examen parcial liberatorio y ordinario 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. Deberá acreditarse el haber completado el MOOC, condición necesaria para ser evaluado.

-Talleres programa "Protagoniza tu Futuro" - su calificación supone un 30% de la nota final.

Puntuación asignada: 0,30 cada taller (3 talleres) / 0,60 cada mentoría (2 mentorías) / 0,30 cada entregable (3 entregables)

o Tipología: individual/grupal

o Desarrollo: dentro del aula y 2 sesiones individuales

o Descripción: Protagoniza tu Futuro es un programa de acompañamiento de la Universidad Francisco de Vitoria, que prepara y dota al alumno de competencias para su empleabilidad

-A partir de las diferentes intervenciones de profesionales, junto con lo explicado en clase sobre las posibilidades laborales del ecosistema publicitario, el alumno realizará un trabajo final en el que planteará y razonará las diversas opciones que se presentan, así como las que mejor encajan con su perfil. Su calificación supone un 20% de la nota final.

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

-La evaluación es continua por lo que el alumno deberá asistir al 80% de las clases y actividades. La no asistencia en más de un 20% sin causa debidamente justificada puede dar lugar a la pérdida de este derecho, no contabilizándose la media de las evaluaciones parciales. En este caso el profesor indicará al alumno las condiciones de su calificación.

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

-Cualquier situación excepcional debidamente acreditada deberá ser autorizada por la dirección académica.
-El examen será presencial.
-En el caso de que las recomendaciones sanitarias nos obliguen a volver a un escenario donde la docencia se tenga que impartir exclusivamente en remoto, la evaluación se realizaría con los mismos criterios y pesos, pero el examen ordinario se haría en remoto, tipo test.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

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

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

RODRÍGUEZ DEL TRONCO, Jane. "Habilidades de Empleo" Curso MOOC / Conecta Empleo Fundación Telefónica. Profesora de Grado en la Escuela de Gobierno y Liderazgo, de Postgrado en la UFV Business School, y Formadora-Coach en el IDDI Instituto de Desarrollo Directivo Integral. Con la colaboración de Noemí Vico García, Rosa M^a Rodríguez del Tronco, Juan Ruiz de los Paños, Laura Chica - Miriadax – Telefónica. 2021

Complementaria

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

ALCAIDE HERNÁNDEZ, Francisco. Aprendiendo de los mejores 2. Editorial Alienta, 2018.

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

BELLAMY François-Xabier, Permanecer, para escapar del tiempo del movimiento perpetuo. Ediciones Encuentro 2020

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

KAWASAKI, Guy. El Arte de Cautivar. Cómo se cambian los corazones, las mentes y las acciones. Editorial Booket, 2018.

MARÍAS Julián, Breve tratado de la ilusión. Alianza Editorial 2018

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

RODRÍGUEZ DEL TRONCO, Jane; RODRÍGUEZ DEL TRONCO, Rosa; VICO GARCÍA, Noemí. Smart Feedback. LID Editorial Empresarial, 2017.