PRÁCTICAS EN EMPRESAS (2017-18)

DATOS GENERALES

Código 43611

Créditos ECTS 8

Departamentos y áreas

Departamento	Área	Dpt. Resp.	Dpt. Acta
COMUNICACIÓN Y PSICOLOGÍA SOCIAL	COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD	SÍ	SÍ

Estudios en que se imparte

MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN E INDUSTRIAS CREATIVAS

Contexto de la asignatura

Las "Prácticas Externas" del Máster en Comunicación e Industrias Creativas pretenden que el estudiante establezca contacto con el mundo exterior de la formación universitaria para completar la formación especializada que recibe en el propio máster, poniendo en valor las competencias generales y específicas que se han adquirido a lo largo del proceso formativo del mismo. Para ello deberá realizar esta actividad en alguna de las empresas o instituciones conveniadas con la UA con el objetivo de aprender y alcanzar la experiencia necesaria para acceder en un futuro al mercado laboral.

Con esta asignatura se pretende ampliar y consolidar los conocimientos teóricos adquiridos a lo largo del proceso formativo del máster, así como favorecer el manejo de las herramientas necesarias para la realización de las tareas propias de un titulado en esta especialización.

Además, supone el reforzamiento de la colaboración, necesaria, entre la Universidad y la sociedad, en la que la sociedad participa y contribuye a la consolidación de los conocimientos adquiridos y la obtención de las habilidades que necesiten en el ejercicio futuro de una actividad profesional.

OBJETIVOS

Objetivos específicos aportados por el profesorado (2017-18)

Los principales objetivos de esta actividad radican en el aprendizaje de técnicas concretas dentro de la especialidad seleccionada por el estudiante, así como de la adquisición de los conocimientos de entornos profesionales de trabajo. Se incluye también el conocimiento de rutinas de producción, creación, gestión y dirección de la comunicación en las empresas.

CONTENIDOS

Contenidos teóricos y prácticos (2017-18)

Los principales objetivos de esta actividad radican en el aprendizaje de técnicas concretas dentro de la especialidad seleccionada por el estudiante, así como de la adquisición de los conocimientos de entornos profesionales de trabajo. Se incluye también el conocimiento de rutinas de producción, creación, gestión y dirección de la comunicación en las empresas. El carácter propio de la asignatura obliga a establecer unas bases en cuanto a la distribución horaria y tipología de las tareas a desarrollar en las empresas, que siempre han de estar relacionadas directamente con la formación y las competencias adquiridas por los estudiantes del Máster Universitario en Comunicación e Industrias Creativas.

La Formación Práctica en Empresa consiste en que el alumno se integre en el ejercicio profesional real y aplique, en la práctica, los conocimientos y habilidades que ha ido adquiriendo en las distintas asignaturas del Máster. Las tareas concretas a realizar variarán de acuerdo con el puesto al que se incorpore el estudiante en prácticas. En cualquier caso, estas tareas estarán directamente vinculadas al ejercicio de la profesión publicitaria en cualquiera de los perfiles para el que el Máster le capacita.

Funciones a realizar por el estudiante en prácticas: Las funciones que desarrollan los estudiantes en prácticas son muy diversas. Estas se establecerán entre el tutor externo y el académico en el anexo de prácticas que ha de firmarse previo al inicio de las prácticas. A título de ejemplo se presentan algunas de las funciones que puedes desarrollar:

- Evaluación de las necesidades de comunicación interna/externa de una empresa/institución. Elaboración de propuestas innovadoras de actuación.

- Diseño y ejecución de estrategias de comunicación.

- Diseño gráfico de campañas de comunicación (anuncios en prensa, TV, radio, etc.).

- Diseño del plan de comunicación global; que consiste en planificar la secuencia de acciones de comunicación para una situación concreta: lanzamiento de un nuevo producto, recordar la existencia de un producto que ha disminuido sus ventas, etc.

- Realización del "briefing" para campañas, spots o cualquier acción de comunicación.

- Labor de "Copy/Copy-creativo, donde el alumno puede redactar textos para folletos, carteles, anuncios en prensa, etc.

- Labores de identidad visual o corporativa (diseño, adecuación, etc.).

- Diseño, producción y evaluación de acciones de comunicación en entorno digital.

- Planificación y diseño de contenidos transmedia donde la empresa/institución proyecte su comunicación comercial.

- Diseño, programación, organización y comunicación de eventos, en particular culturales.

- Diseño de un Plan Estratégico de Comunicación e Intangibles. Diagnóstico, auditoría y monitorización de intangibles.

- Diseño de un Plan Estratégico de Marca y acciones de licensing y co-branding.

- Dirección de comunicación y relaciones con medios en instituciones y empresas culturales y/o creativas.

- Gestión y comunicación integral de eventos y espacios culturales.

- Gestión de derechos y propiedad intelectual.

Período de prácticas: El periodo en que se llevan a cabo las prácticas puede estar comprendido a lo largo del curso académico. El horario de las prácticas será el estipulado entre la Empresa/Institución y el estudiante, respetando la normativa vigente y su derecho a acudir a los exámenes.

Tutela de las Prácticas Externas: Las Prácticas serán supervisadas por dos tutores, un tutor académico propuesto por el/los departamentos encargados de la docencia de la asignatura y otro de la Empresa/Institución, que velarán porque las prácticas se desarrollen del mejor modo posible.

EVALUACIÓN

Instrumentos y criterios de Evaluación 2017-18

El profesor (tutor académico) evaluará las prácticas en empresa en función de:

- El informe emitido por el tutor de la empresa/institución al final de la práctica, en el que se valorará el proceso de aprendizaje del alumno en las tareas asignadas.

- La memoria elaborada por el alumno, en la que éste ha de analizar la tarea realizada en las prácticas y su conexión con la formación recibida en el conjunto del Máster. La fecha límite para entregar la Memoria se fija en el Calendario del VPe.

Tipo	Criterio	Descripción	Ponderación
ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN DURANTE EL SEMESTRE	El tutor externo emitirá un informe al final del periodo de prácticas en el que se valorará el proceso de aprendizaje del alumno en las tareas asignadas.	Informe del tutor/a del centro externo	35
ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN DURANTE EL SEMESTRE	Se evaluará la memoria elaborada por el alumno, en la que éste ha de analizar la tarea realizada en las prácticas y su conexión con la formación recibida en el conjunto del Máster.	Memoria de las Prácticas	65