

Guía de aprendizaje

PRÁCTICAS EXTERNAS. Facultad de ciencias Sociales. *Departamento de Publicidad y Contenidos.*

Curso: Prácticas externas. Publicidad.

Código: 9946001402

Profesor coordinador:

Jacob Celso Rodríguez / José Luis Elejabeitia Amador / Esther Ferrer Román

Titulación: Grado en Comunicación Publicitaria

Escuela/ Facultad: Universidad Europea de Canarias

Idiomas: Español / Inglés

La misión de la Universidad Europea de Canarias es proporcionar a nuestros estudiantes una educación integral, formando líderes y profesionales preparados para dar respuesta a las necesidades de un mundo global, para aportar valor en sus profesiones y contribuir al progreso social desde un espíritu emprendedor y de compromiso ético. Generar y transferir conocimiento a través de la investigación aplicada, contribuyendo igualmente al progreso y situándonos en la vanguardia del desarrollo intelectual y técnico.

Índice

1. Datos básicos de la asignatura/módulo.....	4
2. Presentación de la asignatura/módulo.....	4
3. Competencias y resultados de aprendizaje	5
4. Seguimiento y evaluación	12
4.1. Convocatoria ordinaria.....	13
4.2. Convocatoria extraordinaria	13
5. Bibliografía.....	14
6. Cómo comunicarte con tu profesor.....	14
7. Recomendaciones de estudio.....	15
Anexos con información detallada en el Campus Virtual.....	17

1. Datos básicos de la asignatura/módulo

ECTS	6
Carácter	Obligatorio
Idioma/s	Español / Inglés
Modalidad	Presencial.
Trimestre/Semestre	1º y 2º

2. Presentación de la asignatura/modulo

El camino hacia el mercado laboral es complejo. La coyuntura económica, la competitividad de las empresas, la evolución constante de los perfiles profesionales y la consecuente adaptación que tienen que hacer las organizaciones frente al mercado y al propio sector que pertenecen, obligan a los estudiantes a transformarse en jóvenes profesionales, al mismo tiempo que hacen crecer su currículum antes de mostrarse definitivamente al mercado profesional una vez hayan finalizado sus estudios universitarios.

El programa de prácticas representa la mejor oportunidad para formarse en un entorno real complejo, no solo por el cometido del desarrollo de tareas, sino también por las competencias profesionales que los estudiantes adquieren desde el punto de vista de las habilidades, actitudes y aptitudes necesarias para desenvolverse con soltura en el mercado laboral.

Los objetivos de la asignatura de prácticas profesionales se definen de forma que aseguren la relación directa de las competencias a adquirir con los estudios cursados.

El objetivo es situar al estudiante ante un escenario de aprendizaje en un entorno real de trabajo que le permita construir y aplicar el saber de manera integradora e involucrarle en la realidad profesional. Se orientan a favorecer la integración de todas las competencias del plan de estudios.

Las prácticas situarán al estudiante ante un escenario de aprendizaje en un entorno real de trabajo que le permita construir y aplicar el saber de manera integradora e involucrarse en la realidad profesional. Por lo que las prácticas externas se orientan a favorecer la integración de todas las competencias del plan de estudios.

Al finalizar las prácticas profesionales se pretende que el estudiante haya adquirido los siguientes resultados de aprendizaje y competencias:

3. Competencias y resultados de aprendizaje

Competencias básicas:

- **CB1: Comprensión y posesión de conocimientos:** 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.
- **CB2: Aplicación profesional de conocimientos, defensa de argumentos y resolución de problemas:** 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.
- **CB3: Interpretación y reflexión de datos relevantes:** 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.
- **CB4: Transmisión de información, ideas, problemas y soluciones:** Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- **CB5: Habilidades de aprendizaje autónomo:** Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Competencias transversales:

- **CT1: Responsabilidad:** Aptitud o capacidad para hacer frente a la responsabilidad que concierne de la función que la profesión de arquitecto tiene en la sociedad, en particular elaborando proyectos que tengan en cuenta factores sociales y ambientales.
- **CT2: Autoconfianza:** Que el estudiante sea capaz de actuar con seguridad y con la motivación suficiente para conseguir sus objetivos.
- **CT3: Conciencia de los valores éticos:** Compromiso ético, que incluye la comprensión y conocimiento de los derechos y obligaciones de las personas y profesionales, fomentando el respeto a los derechos humanos, la protección de los sectores más débiles de la sociedad y el respeto al medio ambiente.
- **CT4: Habilidades comunicativas en lengua nativa (ya sea por medios orales o escritos) y en la lengua inglesa,** de acuerdo al ideario de la Universidad Europea de Canarias, cualquier concepto o especificación propio al desarrollo de la profesión regulada de Arquitecto. Esto incluirá el aprendizaje del vocabulario específico de la titulación. Esta aptitud incluye la capacidad de gestión de la información.
- **CT5: Comprensión interpersonal:** Que el alumno sea capaz de realizar una escucha activa con el fin de llegar a acuerdos utilizando un estilo de comunicación asertivo.
- **CT6: Flexibilidad:** Que el estudiante sea capaz de adaptarse y trabajar en distintas y variadas situaciones y con personas diversas. Supone valorar y entender posturas distintas adaptando su propio enfoque a medida que la situación lo requiera.
- **CT7: Trabajo en equipo:** Capacidad de trabajar en equipos de arquitectos, o en equipos interdisciplinarios (con responsabilidades compartidas en muchos casos), gestionando y planificando grupos de trabajo, necesarios en el esquema de competencias y trabajo que define un proyecto de cierta envergadura en el que confluyen diversas disciplinas. Esta capacidad incluye las habilidades en las relaciones interpersonales y la capacidad de liderazgo de equipos.
- **CT8: Iniciativa y espíritu emprendedor,** tanto en el ámbito de la arquitectura como en el empresarial.
- **CT9: Planificación y gestión del tiempo:** Capacidades para planificar el trabajo en la necesidad de satisfacer plazos de entrega y respetar los límites impuestos por los factores presupuestarios y la normativa de aplicación de construcción.

- **CT10: Innovación y creatividad:** Creatividad, imaginación y sensibilidad estética encaminadas al diseño, satisfaciendo a la vez las exigencias estéticas y técnicas. Esta competencia incluye el razonamiento crítico y la cultura histórica.

Competencias específicas:

- **CE1:** Capacidad para **gestionar proyectos multidisciplinares en el área de Planificación Estratégica y en la de Gestión de Proyectos y Clientes**, dominando los aspectos económicos, profesionales, de mercado y presupuestarios propios de la profesión publicitaria.
- **CE2:** Capacidad para **gestionar y proteger los activos intangibles de una empresa**, añadiendo valor a sus productos a través **del proceso de planificación estratégica**. Podrá supervisar con criterio los recursos estéticos aplicados a un proyecto para que cumplan los objetivos estratégicos previstos para el mismo.
- **CE5:** Conocimientos para poder **utilizar recursos informáticos y herramientas tecnológicas afines a la Publicidad** que le sirvan como instrumento de trabajo para la correcta gestión de los clientes así como del correcto desarrollo de proyectos estratégicos y/o creativos de comunicación.
- **CE6:** Conocimiento para **manejar bases de datos, hojas de cálculo y en general aquel software de mayor uso y difusión, que permita mejorar el efecto de comunicación publicitaria marcado**.
- **CE7:** Capacidad para **asumir el liderazgo, la organización, coordinación y temporalización de las tareas en proyectos** que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficazmente y asumiendo principios de responsabilidad, para planificar la correcta ejecución de un proyecto de comunicación publicitaria.
- **CE8:** Capacidad y habilidad para **ejercer como profesional que se encarga de la atención al cliente de la agencia / empresa / organismo**, asistiéndole de manera continuada antes, durante y después de la realización de sus acciones de comunicación, prestando asesoramiento en temas de comunicación y marketing, así como en temas relacionados con la creatividad y la expresión de la comunicación

publicitaria, asegurándose su fidelización a través de su capacidad de relación e interacción fluida y competente.

- **CE9:** Capacidad y habilidad para **utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia).**
- **CE12:** Habilidad y capacidad **de transmitir el planteamiento estratégico a todo el equipo, para alinear los recursos humanos en los conceptos, necesidades, y tangibles del anunciante,** y de esta forma de desarrollar una campaña acorde con las necesidades reales de la marca.
- **CE13:** **Conocimiento de los límites legales y éticos de la comunicación, y en particular, del sector publicitario.**
- **CE14:** **Conocimiento de la lengua inglesa,** que le capacite para la comprensión oral y escrita de contenidos de carácter general expresados en este idioma y presentes en los medios de comunicación (con sus peculiaridades sintácticas, reglas pragmáticas, etc.).
- **CE15:** Capacidad de **analizar, sintetizar y comunicar efectivamente contenidos de carácter muy diverso a públicos receptores igualmente diversos,** para lograr una mayor efectividad en la campaña publicitaria al emitir un mensaje comercial acorde con las necesidades del anunciante.

Resultados de aprendizaje:

- **RA1:** El alumno será capaz de interpretar el impacto de la actividad publicitaria en la economía.
- **RA2:** El alumno estará capacitado para utilizar las herramientas básicas de la ciencia económica para aplicarlas dentro de la empresa publicitaria.
- **RA3:** El alumno estará capacitado para incorporar en el ejercicio profesional comportamientos basados en la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la solidaridad y los comportamientos basados en la paz y la democracia.
- **RA4:** Conocerá los conceptos jurídicos básicos, centrandó la atención en la normativa que afecta a la comunicación.
- **RA5:** Tendrá capacidad para definir y gestionar eficazmente los recursos dentro de un presupuesto de comunicación.
- **RA6:** Ser capaz de emplear eficaz mente y creativamente los recursos de comunicación

- **RA7:** Adquirir los conocimientos teóricos sobre los principios de la comunicación publicitaria
- **RA8:** Ser capaz de reconocimiento de la importancia de la comunicación en el ejercicio profesional
- **RA9:** Ser capaz de comunicarse de manera efectiva, de forma escrita y oral, tanto en lengua española como en lengua inglesa.
- **RA10:** Ser capaz de conocer y manejar adecuadamente la terminología inglesa propia del entorno profesional
- **RA11:** Ser capaz de elaborar informes escritos y realizar presentaciones eficaces, tanto en inglés como en lengua española, relacionados ambos con el ámbito profesional publicitario.
- **RA12:** Aplicar e integrar los conocimientos y habilidades adquiridas en el Grado de Comunicación Publicitaria.
- **RA13:** Resolver problemas dentro del ámbito de la Comunicación Publicitaria.
- **RA14:** Demostrar un alto grado de autonomía y confianza en su propio juicio.
- **RA15:** Ser flexible y adaptarse a diversas situaciones, públicos variados, escenarios ambiguos...
- **RA16:** Desarrollar habilidades y destrezas que sólo se adquieren en la “acción”, y en el ejercicio de la profesión.
- **RA17:** Tendrá la capacidad de elaborar y defender argumentos y resolver problemas dentro del ámbito profesional publicitario.
- **RA18:** Podrá transmitir información, ideas, problemas, soluciones y resultados a clientes/usuarios, proveedores, responsables directos...
- **RA19:** Será capaz de trabajar orientado al cliente y a resultado.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8, CT9, CT10, CE1, CE2, CE5, CE6, CE13, CE15	RA1: El alumno será capaz de interpretar el impacto de la actividad publicitaria en la economía.
	RA2: El alumno estará capacitado para utilizar las herramientas básicas de la ciencia económica para aplicarlas dentro de la empresa publicitaria.
CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT10, CE1, CE2, CE8, CE10, CE13, CE14, CE15	RA3: El alumno estará capacitado para incorporar en el ejercicio profesional comportamientos basados en la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la solidaridad y los comportamientos basados en la paz y la democracia.
	RA4: Conocerá los conceptos jurídicos básicos, centrando la atención en la normativa que afecta a la comunicación.
CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8, CT9, CT10, CE1, CE2, CE5, CE6, CE8, CE9, CE10, CE12, CE15	RA5: Tendrá capacidad para definir y gestionar eficazmente los recursos dentro de un presupuesto de comunicación.
	RA6: Ser capaz de emplear eficazmente y creativamente los recursos de comunicación
CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8, CT9, CT10, CE1, CE2, CE5, CE6, CE7, CE8, CE12, CE15	RA7: Adquirir los conocimientos teóricos sobre los principios de la comunicación publicitaria
	RA8: Ser capaz de reconocimiento de la importancia de la comunicación en el ejercicio profesional
CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8, CT9, CT10, CE13, CE14	RA9: Ser capaz de comunicarse de manera efectiva, de forma escrita y oral, tanto en lengua española como en lengua inglesa.
	RA10: Ser capaz de conocer y manejar adecuadamente la terminología inglesa propia del entorno profesional
CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8, CT9, CT10, CE1, CE2, CE5, CE6, CE7, CE8, CE9, CE12, CE13, CE14, CE15	RA11: Ser capaz de elaborar informes escritos y realizar presentaciones eficaces, tanto en inglés como en lengua española, relacionados ambos con el ámbito profesional publicitario.
	RA12: Aplicar e integrar los conocimientos y habilidades adquiridas en el Grado de Comunicación Publicitaria.
CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8, CT9, CT10, CE1, CE2, CE7, CE8, CE12, CE15	RA13: Resolver problemas dentro del ámbito de la Comunicación Publicitaria.
	RA14: Demostrar un alto grado de autonomía y confianza en su propio juicio.
CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8, CT9, CT10, CE1, CE2, CE5, CE6, CE7, CE8, CE9, CE12, CE15	RA15: Ser flexible y adaptarse a diversas situaciones, públicos variados, escenarios ambiguos...
	RA16: Desarrollar habilidades y destrezas que sólo se adquieren en la "acción", y en el ejercicio de la profesión.
CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8, CT9, CT10, CE1, CE2, CE5,	RA17: Tendrá la capacidad de elaborar y defender argumentos y resolver problemas dentro del ámbito profesional publicitario.

CE8, CE15	
CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8, CT9, CT10, CE1, CE2, CE7, CE8, CE12, CE15	<p>RA18: Podrá transmitir información, ideas, problemas, soluciones y resultados a clientes/usuarios, proveedores, responsables directos...</p> <p>RA19: Será capaz de trabajar orientado al cliente y a resultados</p>

A continuación, se detalla la distribución de tipos de actividades formativas marcadas por la Ficha de la asignatura, que emplearán entre otras de forma habitual:

Competencias	Tipo de Actividad
CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8, CT9, CT10, CE1, CE2, CE5, CE6, CE7, CE8, CE9, CE10, CE12, CE13, CE14, CE15	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretar el impacto de la actividad publicitaria en la economía y en concreto en la empresa receptora del alumno. • Participar en desarrollo de proyectos en los diferentes ámbitos en los que la empresa trabaje, tanto en los itinerarios relacionados con la creatividad, la estrategia o la propia gestión. • Participar en la gestión y planificación de cuentas de clientes. • Uso las herramientas básicas de la ciencia económica para aplicarlas dentro de la empresa publicitaria. • Conocer los conceptos jurídicos básicos, centrandó la atención en la normativa que afecta a la comunicación. • Obtener capacidad para definir y gestionar eficazmente los recursos dentro de un presupuesto de comunicación. • Ser capaz de comunicarse de manera efectiva, de forma escrita y oral, tanto en lengua española como en lengua inglesa. • Conocer y manejar adecuadamente la terminología inglesa propia del entorno profesional a través de casos reales. • Elaboración de informes escritos y presentaciones eficaces, tanto en inglés como en lengua española, relacionados ambos con el ámbito profesional publicitario. • Aplicación e integración los conocimientos y habilidades adquiridas en el Grado de Comunicación Publicitaria. • Resolver problemas planteados en la empresa dentro del ámbito de la Comunicación Publicitaria. • Elaboración y defensa de argumentos y resolución de problemas dentro del ámbito profesional publicitario. • Transmisión de información, ideas, problemas, soluciones y resultados a clientes/usuarios,

	<p>proveedores, responsables directos... relacionados con la empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajar orientado al cliente y a resultados • Realización de la memoria descriptiva de las distintas tareas y responsabilidades asumidas en las prácticas
--	--

Otros cometidos específicos relacionados con las atribuciones profesionales del Arquitecto (a justificar para su aceptación previa)

- Elaboración de páginas web y soportes de comunicación.
- Tareas de Community Manager.
- Aplicaciones en general de comunicación para la divulgación de contenidos de arquitectura.

4. Seguimiento y evaluación

La evaluación tendrá en cuenta los objetivos de aprendizaje, contenidos y competencias de la asignatura y se llevará cabo a partir de la definición de cada uno de ellos, estableciendo las evidencias de aprendizaje propias de cada nivel competencial en cada asignatura.

En la tabla inferior se indican las actividades evaluables, los criterios de evaluación de cada una de ellas, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura.

Actividad evaluable	Criterios de evaluación	Peso (%)
<i>Evaluación de la Memoria por parte del tutor académico</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación con el tutor académico. • Entrega de Memoria Final. • Contenido de la memoria. • Documentos gráficos. • Reflexión sobre su aprendizaje. • Redacción. • Ortografía y vocabulario. 	70%
<i>Encuesta de evaluación por parte del tutor de empresa</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción por parte del tutor de empresa con el trabajo realizado. 	30%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

Todos los estudiantes tienen derecho a dos convocatorias por curso académico en cada una de las asignaturas (ordinaria y extraordinaria).

4.1. Convocatoria ordinaria

Con carácter general el sistema de evaluación que se establece en la Universidad es la evaluación continua, de acuerdo con lo previsto en el Reglamento de Evaluación para las titulaciones oficiales de Grado de la Universidad Europea de Canarias:

<http://canarias.universidadeuropea.es/soy-alumno-uec/informacion-academica/normativa>

La evaluación tendrá en cuenta los objetivos de aprendizaje, contenidos y competencias de la asignatura y se llevará cabo a partir de la definición de cada uno de ellos, estableciendo las evidencias de aprendizaje propias de cada nivel competencial en cada asignatura.

4.2. Convocatoria extraordinaria

- La C.E. no requiere realizar ninguna solicitud ni una calificación mínima.
- En ningún caso podrá realizarse la C.E. en el T3 si se ha realizado la C.E.A o si se ha realizado la solicitud para presentarse a la C.E.A.
- La Convocatoria Extraordinaria Adelantada (C.E.A.) es opcional y sustituye a la convocatoria extraordinaria para las asignaturas impartidas en los trimestres 1 y 2. (T1, T2). Para poder optar a esta convocatoria adelantada se establecen los siguientes trámites y requisitos:
- El alumno no puede haber obtenido menos de un 3 ni un No Presentado* en la convocatoria ordinaria para tener derecho a la C.E.A.
- El alumno tiene 3 días hábiles desde la fecha final de entrega de actas ordinaria para realizar la solicitud via: <http://canarias.universidadeuropea.es/soy-alumno-uec/informacion-academica/expediente-academico>
- Una asignatura solo puede obtener la calificación de No Presentado cuando el alumno no ha asistido ni a una sola clase, ni ha entregado ningún trabajo.....

4.3. Otros aspectos a tener en cuenta en la evaluación.

El estudiante deberá poder demostrar la originalidad y autoría, quedando terminantemente prohibido utilizar, reproducir o copiar prácticas, trabajos, archivos o dibujos de manera total o

parcial, de otros alumnos del mismo curso o de cualquier otra fuente relacionada sin realizar la cita correspondiente y sin que estas citas supongan más del 40 % del trabajo presentado.

Tal como se especifica en el Reglamento Disciplinario de la UEC, el plagio o copia tanto de los exámenes como de las prácticas es considerado una falta muy grave según el artículo 5.f.

En el Capítulo III: Sanciones disciplinarias, Art.8. se especifica las sanciones correspondientes a faltas muy graves relativas a plagios y al uso de medios fraudulentos para superar pruebas de evaluación: tendrán como consecuencia la pérdida de la convocatoria correspondiente, así como el reflejo de la falta y su motivo en el expediente académico.

5. Bibliografía

A continuación, se indica la bibliografía recomendada:

- Campus Virtual: Se mantendrá en constante actualización con material lectivo, artículos e informaciones de interés, su consulta periódica, así como la del correo electrónico de cada alumno, es obligatoria.

Enlaces web:

WikiHow

<https://es.wikihow.com/hacer-un-portafolio-de-publicidad>

Paredro

<https://www.paredro.com/las-5-mejores-aplicaciones-para-crear-un-portafolio-de-diseno/>

Adn studio

<https://adnstudio.com/comunicacion-publicitaria/>

Bibliografía específica. (Modelo de cita A.P.A.)

- Cómo crear portafolios de diseño: conceptos innovadores para presentar tu trabajo

Autor: Sara Eisenman

Editor: Index Book, 2006

ISBN: 8496309606, 9788496309609

6. Cómo comunicarte con tu profesor

Cuando tengas una duda sobre los contenidos o actividades, no olvides escribirla en los foros de tu asignatura para que todos tus compañeros puedan leerla.

¡Es posible que alguno tenga tu misma duda!

Si tienes alguna consulta exclusivamente dirigida al profesor puedes enviarle un mensaje privado desde el Campus Virtual. Además, en caso de que necesites profundizar en algún tema, puedes acordar con tu profesor una tutoría.

Es conveniente que leas con regularidad los mensajes enviados por compañeros y profesores, pues constituyen una vía más de aprendizaje.

7. Recomendaciones en la organización de la materia.

Una vez el estudiante está matriculado en la asignatura y empieza el período lectivo el estudiante deberá asistir a la convocatoria del departamento de Carreras Profesionales donde se le explicarán los trámites para la realización de las prácticas.

El estudiante deberá proponer al menos 2-3 agencias de publicidad, departamentos de marketing, empresas o entidades vinculadas al área de la titulación. Estas empresas podrán seleccionarse de la lista empresas con convenio con la Universidad Europea o proponer nuevas.

El estudiante deberá preparar su portfolio y carta de presentación específicas para cada una de las empresas seleccionadas, contactar con ellas y proactivamente tratar de ser seleccionado por las que resultan del interés del alumno.

Una vez es admitido presentará el anexo de prácticas firmado por la empresa y el estudiante al departamento de Carreras Profesionales e informará al Tutor de Prácticas para que éste realice el seguimiento durante el período de prácticas.

PROCEDIMIENTO RECOMENDADO PARA LA TRAMITACIÓN Y SELECCIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA.

Paso 1: Realizar CV y portfolio. Los requisitos mínimos exigidos para ser seleccionado y aceptado en una empresa requieren de unos mínimos de maquetación. Una vez el estudiante tenga el CV y portfolio realizados puede compartirlos con su tutor de prácticas académico para que pueda ayudarle a mejorar aspectos de contenido y composición.

Paso 2: Carta de presentación para cada una de las instituciones o empresas seleccionadas según su perfil e intereses de las prácticas, en la carta el estudiante debe explicar por qué desea realizar las prácticas en esa entidad.

Paso 3: Escribir a cada una de estas empresas por separado, solicitándoles cordialmente a aceptarle como estudiante en prácticas de la UEC para este trimestre y adjuntándoles su Carta de presentación, CV y portfolio. El estudiante debe poner en copia de estos correos al responsable de carreras profesionales de la universidad y al tutor académico de las prácticas.

Paso 4: Llamar por teléfono a cada entidad una hora después de enviado el correo (el correo debe ser enviado por la mañana), para confirmar la recepción y ponerse a su disposición para aclarar cualquier detalle de las prácticas a realizar y de tus intereses.

Paso 5: Transcurrida una semana del envío del correo, si no ha recibido contestación por parte de ninguna entidad, el estudiante debe ponerse en contacto con el responsable de Carreras Profesionales de la UEC y con su tutor.

Anexos con información detallada en el Campus Virtual

CONTENIDO MÍNIMO DE LA MEMORIA FINAL DEL ESTUDIANTE

- 1. Datos personales**
- 2. Nombre de la entidad colaborador**
- 3. Dirección**
- 4. Departamento en el que se han realizado las prácticas**
- 5. Identificación y valoración de las tareas desarrolladas de acuerdo con las competencias generales y específicas de la titulación**
 - **FICHAS DE LAS ACTIVIDADES**
- 6. Posibles problemas planteados y solución de los mismos**
 - **REFLEXIÓN SOBRE CADA ACTIVIDAD**
- 7. Identificación de las aportaciones que, en materia de aprendizaje, han supuesto las prácticas.**
 - **REFLEXIÓN FINAL SOBRE LA EXPERIENCIA**
- 8. Evaluación de las prácticas**
- 9. Satisfacción con el tutor de la entidad colaboradora**
- 10. Satisfacción con el tutor académico**
- 11. Prórroga de las prácticas académicas /conversión en empleo**
- 12. Sugerencias de mejora**

RÚBRICA PARA LA EVALUACIÓN DE LA MEMORIA.

EVALUACIÓN	Excelente (100 %)	Bueno (75 %)	Aceptable (50 %)	Insuficiente (25 %)	Nula (0 %)
Comunicación con el tutor académico 5 puntos	El estudiante ha mantenido una comunicación fluida y eficaz con el tutor académico con una frecuencia de una vez al mes y cuando por parte del tutor ésta ha sido requerida asistiendo a todas las tutorías y charlas informativas convocadas.	El estudiante ha mantenido una comunicación fluida y eficaz con su tutor con una frecuencia de 1 vez cada dos meses y asistiendo al 75 % de las tutorías y charlas informativas convocadas.	El estudiante ha mantenido una comunicación aceptable con el tutor con una frecuencia de 1 vez cada trimestre y asistiendo al 50 % de las tutorías y charlas informativas convocadas.	El estudiante apenas ha mantenido comunicación con su tutor académico y ha sido difícil llevar un seguimiento.	El estudiante no ha mantenido comunicación con su tutor académico.
Entrega de la memoria final 15 puntos	El estudiante ha entregado la memoria final en la fecha (recomendable 10 días después de la finalización de éstas) y formato establecidos por el tutor (portada, índice, fichas de trabajo y conclusiones).	El estudiante ha entregado la memoria final en la fecha y cumpliendo mayormente con el formato establecido por el tutor.	El estudiante ha entregado la memoria final en la fecha establecida por el tutor.	El estudiante ha entregado la memoria final con retraso respecto a la fecha establecida por el tutor.	El estudiante no ha entregado la memoria final.
Contenido de la memoria final 25 puntos	El estudiante no solo se limita a contestar los puntos solicitados, sino que aporta detalles de las actividades realizadas y profundiza en la valoración de las mismas.	El estudiante no solo se limita a contestar los puntos solicitados, sino que aporta detalles de las actividades realizadas , pero no profundiza en la valoración de las mismas.	El estudiante contesta a los puntos solicitados y nombra las actividades realizadas, pero sin detallar.	El estudiante ha dejado de contestar alguno de los puntos solicitados, no cumpliendo los mínimos requeridos.	El estudiante no ha contestado ninguno de los puntos solicitados en la memoria final
Documentos gráficos 25 puntos	Introduce 1 elemento gráfico significativo y en calidad suficiente (limpio, nítido y contrastado) en cada ficha de seguimiento del informe final.	Introduce 1 elemento gráfico significativo y de calidad suficiente al menos en el 75 % de las fichas de seguimiento del informe final.	Introduce 1 elemento gráfico significativo y de calidad suficiente al menos en el 50 % de las fichas de seguimiento del informe final.	Introduce 1 elemento gráfico significativo y de calidad suficiente al menos en el 25 % de las fichas de seguimiento del informe final.	No alcanza el mínimo de 1 elemento gráfico introducido por cada 4 fichas de seguimiento (25 %)
Reflexión sobre su aprendizaje 20 puntos	El estudiante ha realizado una profunda reflexión de forma continua y también final sobre su aprendizaje y el papel que ha desempeñado en la empresa.	El estudiante ha realizado una profunda reflexión final sobre su aprendizaje y papel desempeñado en la empresa.	El estudiante ha incluido una suficiente reflexión final personal sobre su aprendizaje.	El estudiante ha incluido una reflexión final superficial sobre su aprendizaje.	En ningún momento se incluye una reflexión sobre el propio aprendizaje del estudiante en su informe final.
Redacción 5 puntos	Redacción clara, coherente y concreta. Su lectura es comprensible a lo largo de todo el texto, no necesita de dobles lecturas.	Redacción clara, coherente y concreta. Su lectura es comprensible en la mayor parte del texto y no necesita de dobles lecturas.	Redacción clara y coherente. Su lectura es comprensible en la mayor parte del texto aunque en ocasiones se necesiten dobles lecturas.	Redacción retórica, enrevesada y reiterativa. Frases excesivamente largas o por el contrario telegráficas.	La lectura resulta incomprensible en la mayor parte del texto.
Ortografía y vocabulario 5 puntos	Todas las palabras están escritas correctamente y utiliza vocabulario específico del ámbito de trabajo.	El texto contiene 1 fallo de ortografía y se hace uso de vocabulario específico.	El texto tiene 2-3 fallos de ortografía y se hace uso de vocabulario específico.	El texto tiene 4-5 fallos de ortografía y no se hace uso de vocabulario específico.	El texto contiene más de 5 fallos de ortografía y no se hace uso de vocabulario específico

FICHA INFORMATIVA DE VISITAS DE OBRA Y DE PRÁCTICAS EN OFICINA.

Para el correcto seguimiento y aprovechamiento de las actividades el estudiante debe realizar fichas informativas específicas para cada proyecto realizado en oficina y para el trabajo exterior que pueda realizar en el transcurso de las prácticas, ya sea trabajo de campo, producción y realización, acciones de promoción y montaje de una campaña, etc. Las plantillas de estas fichas se aportan al estudiante en la siguiente Guía de Aprendizaje. El estudiante debe incluir estas fichas en la memoria final de prácticas.

FICHA INFORMATIVA DE PRÁCTICAS EN OFICINA PARA LA ASIGNATURA DE PRÁCTICAS PROFESIONALES	
Fecha de la práctica:	Año/mes/día
Lugar:	- Tipo de oficina o espacio de trabajo. (Agencia, espacio de coworking, taller compartido, etc)
OBJETO PRINCIPAL DEL TRABAJO:	<i>Indicar nombre del proyecto: Seleccionar y detallar sobre los especificados bajo estas líneas</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia y Marketing 	<ul style="list-style-type: none"> - Planificación Estratégica, Confección de presupuestos, Planificación de Medios, Relaciones Públicas, Protocolo, Organización de eventos. Gestión y planificación de cuentas de clientes. Gestión de presupuestos y petición de inserciones publicitarias. - Elaboración de memorias, informes escritos y presentaciones. - Desarrollo de proyectos en los diferentes ámbitos en los que la empresa trabaje, tanto en los itinerarios relacionados con la creatividad, la estrategia o la propia gestión. - Gestión de permisos de rodajes y montajes audiovisuales. - Encuestas online y estudios de mercado
<ul style="list-style-type: none"> • Creatividad y Producción Audiovisual 	<ul style="list-style-type: none"> - Crear y diseñar una campaña publicitaria y manual de identidad corporativa. - Elaboración de páginas web y soportes de comunicación (webs, blogs, banners, etc.) - Realización de paneles de presentación, reportajes fotográficos o vídeos cuya finalidad sea explicar estrategias y planes de marketing y publicidad. - Elaboración de dibujos, infografías, logotipos, diseños gráficos o maquetas de representación o análisis para su presentación a clientes de proyectos o concursos de publicidad. - Diseño de publicidad exterior y señalética. - Redacción de copys y de eslóganes.
<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> - Content Management - Tareas de Community Manager. - Seguimiento de medios. - Redacción de notas de prensa y convocatoria de ruedas de prensa - Redacción de alocuciones y discursos. - Elaboración de memorias o contenidos de diversa naturaleza para la difusión de campañas de comunicación corporativa a través de medios de comunicación. - Redacción, diseño o producción de proyectos de comunicación publicitaria.
<ul style="list-style-type: none"> • Comercial 	<ul style="list-style-type: none"> - Comercio electrónico, SEO, Marketing online. - Gestión de Cuentas, visitas comerciales, captación de clientes, etc. - Gestión para la subcontratación de empresas de apoyo, catering, personal de apoyo para eventos.
TRABAJO EN EJECUCIÓN:	<i>Indicar nombre del proyecto o acción temporal a realizar</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Responsable del proyecto: 	- Directores del trabajo. Cargo y responsabilidad en la agencia.
<ul style="list-style-type: none"> • Personal de apoyo: 	- Técnicos, especialistas, personal externo subcontratado de apoyo a eventos, etc.
<ul style="list-style-type: none"> • Medios técnicos, auxiliares: 	- Equipamientos de oficina necesarios. Medios auxiliares. Materiales para la ejecución de las acciones.
<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo necesario para la ejecución del trabajo. 	
COMENTARIOS:	
FOTOGRAFÍAS y	<i>Relación de fotografías y bocetos de los trabajos realizados</i>

DIBUJOS:

FICHA INFORMATIVA DE ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS EXTERNAS O NO A LA OFICINA PARA LA ASIGNATURA DE PRÁCTICAS PROFESIONALES	
Fecha de la actividad:	<i>Año/mes/día</i>
Lugar:	
OBJETO PRINCIPAL DEL TRABAJO:	
• Estrategia y Marketing	- Encuestas en la calle.
• Creatividad y Producción Audiovisual	- Preproducción: Guión, Storyboard, Localizaciones, producción y grabación de spots. Castings. - Producción: Grabación, Iluminación, fotografía, sonorización - Postproducción: Edición, efectos especiales, música, etc.
• Comunicación	- Acciones de promoción y montaje de una campaña. - realización de entrevistas y reportajes.
• Comercial	- Montaje de stands. - Colocación de cartelería. - Atención de PLV. - Acciones comerciales fuera de la oficina.
• Duración estimada total:	
• Presupuesto estimativo del proyecto	
TRABAJO EN EJECUCIÓN:	<i>Indicar nombre del proyecto o acción temporal a realizar</i>
• Responsable del proyecto:	- Directores del trabajo. Cargo y responsabilidad en la agencia.
• Personal de apoyo:	- Técnicos, especialistas, personal externo subcontratado de apoyo a eventos, etc.
• Medios técnicos, auxiliares:	- Equipamientos de oficina necesarios. Medios auxiliares. Materiales para la ejecución de las acciones.
• Tiempo necesario para la ejecución del trabajo.	
COMENTARIOS:	
FOTOGRAFÍAS y DIBUJOS:	<i>Relación de fotografías y bocetos de los trabajos realizados</i>

Calendario Académico.

SEPTIEMBRE 2018

L	M	X	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

10 Sept: Inicio S1 para 2º curso y superiores
12 Sept-23 Sept: modificación de matrícula S1
17 Sept: Comienzo S1 primer curso

OCTUBRE 2018

L	M	X	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

12 Oct: Día de la Hispanidad

NOVIEMBRE 2018

L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

1 Nov: Día de todos los Santos

DICIEMBRE 2018

L	M	X	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

24 Dic-6 Ene: Vacaciones de Navidad

ENERO 2019

L	M	M	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

21 Ene-1Feb: Periodo de modificación de matrícula S2
25 Ene: Fin S1 / FEC Ordinaria
28 Ene: Comienzo S2
30 Ene: FEA Ordinaria

FEBRERO 2019

L	M	M	J	V	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28			

MARZO 2019

L	M	M	J	V	S	D
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

4-5 Marzo: Carnaval

ABRIL 2019

L	M	M	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

Vacaciones de Semana Santa

MAYO 2019

L	M	M	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

1 May: Día del trabajador
3 May: Festivo
30 May: Día de Canarias

JUNIO 2019

L	M	M	J	V	S	D
				7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

7 Jun: Fin de S2 y FEC
12 Jun: FEA Ordinaria
27 Jun: Corpus Christi

JULIO 2019

L	M	M	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

1 Jul-10 Jul: Periodo de evaluación extraordinario
12 Jul: FEC Extraordinaria
17 Jul: FEA Extraordinaria

AGOSTO 2019

L	M	M	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

15 Ago: Asunción de la Virgen

SEPTIEMBRE 2019

L	M	M	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

OCTUBRE 2019

L	M	M	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

Festivos

* Los días festivos de este calendario pueden sufrir variaciones