1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Prácticas Externas
Titulación	Grado en Publicidad
Escuela/ Facultad	Facultad de Ciencias Sociales
Curso	4º
ECTS	6
Carácter	Obligatorio
Idioma/s	Español
Modalidad	Presencial
Semestre	S2
Curso académico	2025-2026
Coordinador del grado	Francisco Trujillo García-Ramos
Docente	Marta Medina García

2. PRESENTACIÓN

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 currículo 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.

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 conciencie de la función que la profesión 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 respecto 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. 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, o en equipos interdisciplinares (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 publicidad como en el empresarial.
- CT9: Planificación y gestión del tiempo: Capacidad 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 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, organización, coordinación y temporalización de las tareas en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier naturaleza, gestionándolos eficazmente y asumiendo principios de responsabilidad, para planificar la 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, centrando 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 capar 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.
CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8, CT9, CT10, CE1, CE2, CE5, CE6, CE13, CE15	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.
CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT10, CE1, CE2, CE8, CE10, CE13, CE14, CE15	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.
CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8, CT9, CT10, CE1, CE2, CE5, CE6, CE8, CE9, CE10, CE12, CE15	RA6: Ser capaz de emplear eficaz mente 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.
CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8, CT9, CT10, CE1, CE2, CE5, CE6, CE7, CE8, CE12, CE15	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.
CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8, CT9, CT10, CE13, CE14	RA10: Ser capar 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	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.
CE5, CE6, CE7, CE8, CE9, CE12, CE13, CE 14, CE15	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	RA13: Resolver problemas dentro del ámbito de la Comunicación Publicitaria.
CT8, CT9, CT10, CE1, CE2, CE7, CE8, CE12, CE15	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	RA15: Ser flexible y adaptarse a diversas situaciones, públicos variados, escenarios ambiguos…
CT8, CT9, CT10, CE1, CE2, CE5, CE6, CE7, CE8, CE9, CE12, CE15	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, CE8, CE15	RA17: Tendrá la capacidad de elaborar y defender argumentos y resolver problemas dentro del ámbito profesional publicitario.
CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8, CT9, CT10, CE1, CE2, CE7, CE8, CE12, CE15	RA18: Podrá transmitir información, ideas, problemas, soluciones y resultados a clientes/usuarios, proveedores, responsables directos…
CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8, CT9, CT10, CE1, CE2, CE7, CE8, CE12, CE15	RA19: Será capaz de trabajar orientado al cliente y a resultado.

4. CONTENIDOS

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.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Clase magistral.
- Aprendizaje cooperative.
- Método de caso.
- Aprendizaje basado en problemas.

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas del bloque de asignaturas y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Seminarios, fotos y/o mesas redondas	30 h – 60% presencial
Tutorías	50 h – 20% presencial
Ejercicios prácticos y participación oral	190 h – 40% presencial
Estudio autónomo	100 h – 0% presencial
Resolución de problemas / Trabajos dirigidos	155 h – 70% presencial
Rol playing / Debates / Coloquios	100 h – 50% presencial
Análisis de casos / trabajos en grupo / investigaciones	200 h – 60% presencial
Clases magistrales asíncronas	75 h – 0% presencial
TOTAL	**900 h**

La asignatura de Prácticas Externas ocupa 150 h.

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
Portafolio	20%
Caso / Problema	30%
Prácticas de laboratorio	10%
Observación del desempeño	40%

Los sistemas de evaluación portafolio, caso / problema y prácticas de laboratorio se aunarán en una misma actividad llamada Memoria de Prácticas con un porcentaje del 60%.

La observación del desempeño se divide en dos actividades, la realización de las prácticas evaluada por el tutor de empresa y una entrevista evaluada por el tutor académico.

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

7.1. Convocatoria ordinaria

Para **superar la asignatura** en convocatoria ordinaria se deberá **obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0** en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

- Es necesario que el alumnado realice las prácticas entre el 01/09/2024 y el 29/06/2025.
- Es necesario que el alumnado haya realizado **150 horas** de prácticas en una empresa externa o, en caso de realizarse las prácticas en dos empresas, haber realizado 75 horas de formación en cada una de ellas. En el caso de continuar con prácticas extracurriculares, el alumno deberá realizar 150 horas más en la misma empresa.
- Es necesario que, antes del inicio de las prácticas, el Anexo I esté correctamente cumplimentado y firmado por las tres partes: universidad, empresa y alumno/a para que se puedan certificar las horas realizadas.
- El estudiante deberá obtener, al menos, el 50 % del valor asignado a cada una de las actividades evaluables para que puedan computar en la media final. Si se obtiene una calificación menor a 5,0 en la memoria (ACT 2), deberá volver a presentarla en convocatoria extraordinaria. En el caso de suspender la realización de las prácticas (ACT 1), debera volver a realizar la estancia en otra empresa y entregar la memoria correspondiente.
- En el caso de no haber cubierto el número mínimo de horas de prácticas establecidas, el estudiante deberá volver a realizar 150 horas de prácticas y entregar la correspondiente memoria.
- La **memoria de prácticas** ha de subirse correctamente al campus virtual **CANVAS** y a la plataforma **UE EVALÚA** en un plazo **no superior a los 14 días naturales desde la finalización de las prácticas**. El retraso en la entrega supondrá una penalización en la calificación final y, una vez superados los

30 días desde la finalización de las prácticas, el estudiante pasará a convocatoria extraordinaria. En el caso de haber realizado **prácticas en dos empresas**, se deberá entregar **una memoria para cada una** de dichas prácticas respetando los plazos anteriores.

- Únicamente en situaciones excepcionales, recogidas en el siguiente link, el estudiante podrá solicitar la entrega de actividades en fechas distintas a las oficialmente previstas.
- Si el alumno realiza una actividad, el estudiante ya no podrá constar como no presentado en convocatoria ordinaria, sino que se evaluará con la calificación correspondiente.
- La mención de "Matrícula de Honor" será otorgada a estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9.0. Su número no podrá exceder del 5%, salvo que el número de estudiantes matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola Matrícula de Honor.
- Las calificaciones finales se publicarán en el aula virtual, haciendo constar el lugar, la fecha y la hora para la revisión.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria extraordinaria se deberá **obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final** (media ponderada) de la asignatura.

- En el caso de no haber entregado la memoria dentro del plazo máximo establecido, el alumnado tiene hasta el 11 de julio como fecha límite para subirla al campus virtual y a UEvalúa.
- El estudiante deberá obtener, al menos, el 50 % del valor asignado a cada una de las actividades evaluables para que puedan computar en la media final.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
ACT 1: Realización de las prácticas	Durante el periodo estipulado en el Anexo I
ACT 2. Entrevistas con tutor académico	A pactar con el tutor.
ACT 3: Memoria de prácticas	A entregar durante los 14 días después de la finalización del periodo de prácticas.

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

La bibliografía de referencia para el seguimiento de la asignatura es:

- 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.
- **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/

10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA Y DIVERSIDAD

Desde la Unidad de Orientación Educativa y Diversidad (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:

orientacioneducativa.uec@universidadeuropea.es

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tú opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.