

DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

Materia:	PRÁCTICAS EN EMPRESAS		
Identificador:	30330		
Titulación:	GRADUADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS. PLAN 2008 (BOE 15/12/2008)		
Módulo:	PRACTICAS EXTERNAS		
Tipo:	OBLIGATORIA		
Curso:	4	Periodo lectivo:	Anual
Créditos:	9	Horas totales:	270
Actividades Presenciales:	10	Trabajo Autónomo:	260
Idioma Principal:	Castellano	Idioma Secundario:	
Profesor:		Correo electrónico:	

PRESENTACIÓN:

Entre los objetivos de la Universidad San Jorge destacan la formación humana, científica y técnica a sus alumnos, con rigor y eficacia, a través de la innovación permanente de los procesos de enseñanza.

Con el propósito de adquirir conocimientos basados en la práctica real y desarrollar las competencias adquiridas a través del ejercicio responsable de la actividad profesional, la Universidad San Jorge considera fundamental que sus alumnos complementen la formación en las aulas con la práctica en el terreno profesional, valorándolo académicamente como parte del proceso de aprendizaje (Real Decreto 592/ 2014, de 11 de julio). De este modo, aplica de forma coherente uno de los parámetros fundamentales del Proceso de Bolonia y el Espacio Europeo de Educación Superior, con vocación de estar alineada con las necesidades del entorno social y empresarial.

Asimismo, este sistema permite que la entidad externa colabore con la formación de los futuros graduados contribuyendo a introducir con realismo los conocimientos que el trabajo cotidiano exige en la formación del universitario además de facilitar una mayor integración social en el entorno académico.

La asignatura Prácticas en empresas constituye, de esta forma, la continuación lógica de un proceso de aprendizaje orientado al mundo profesional. El estudiante aplicará en un entorno real las competencias que ha desarrollado en el Grado y adquirirá otras, relacionadas con la adaptación a la realidad empresarial y la asunción de roles específicos dentro una organización. Al finalizar esta experiencia, el estudiante debe poder valorarla y analizarla, con el fin de extraer enseñanzas de los puntos fuertes y débiles de sus prácticas, y así poder seguir mejorando su calidad profesional.

COMPETENCIAS PROFESIONALES A DESARROLLAR EN LA MATERIA:

Competencias Generales de la titulación	G01	Capacidad de análisis y síntesis
	G02	Resolución de problemas
	G03	Capacidad de organización y planificación
	G04	Uso de las tecnologías de la información
	G05	Trabajo en equipo
	G06	Habilidades interpersonales
	G07	Compromiso ético
	G08	Capacidad de trabajar en un contexto internacional
	G09	Capacidad de aplicar conocimientos
	G10	Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad)
	G11	Capacidad de investigación
Competencias Específicas de la titulación	E01	Capacidad y habilidad para ejercer como profesionales que se encargan de la de las políticas de comunicación comercial y de RR.PP
	E02	Capacidad y habilidad para responsabilizarse del área de comunicación de un organismo o empresa. Su labor se fundamenta en establecer los contactos con los diferentes públicos, tanto internos como externos, así como de la planificación, control y gestión del plan de comunicación anual
	E03	Capacidad y habilidad para establecer el plan de comunicación: fijar los objetivos de comunicación, definir el público objetivo, plantear las estrategias y controlar el presupuesto de comunicación
	E04	Capacidad y habilidad para el ejercicio liberal de la profesión, y la docencia prestando asesoramiento a agencias de comunicación o a sus clientes en materias vinculadas con la comunicación en cualquiera de

		sus formas
E05		Capacidad relacional y de indagación para establecer una interacción fluida y competente entre el anunciante y la agencia, analizando las características funcionales de la campaña y su desarrollo operativo
E06		Capacidad y habilidad para ejercer las funciones que desarrolla el departamento de medios de una agencia y en mayor medida las denominadas centrales de medios
E08		Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos
E09		Capacidad y habilidad para identificar, valorar, gestionar y proteger los activos intangibles (identidad, personalidad e imagen corporativa) de la empresa, añadiendo valor a sus productos y servicios y reforzando la reputación de la misma
E10		Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia), especialmente para aplicarlas al mundo de la comunicación, con especial énfasis en la creación de nuevos soportes
E13		Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio
E14		Conocimiento del entorno económico, psicosocial, cultural y demográfico que lo capacite para interactuar con la sociedad
E15		Capacidad para la creatividad y la innovación en la resolución de problemas relacionados con la comunicación: capacidad para evolucionar hacia lo desconocido, partiendo de un sólido conocimiento de lo actual
E17		Capacidad de análisis, de síntesis y juicio crítico. Saber objetivar las tareas y relacionar las causas y los efectos
E18		Saber gestionar el tiempo, con habilidad para la organización y temporalización de las tareas
E19		Capacidad para actuar en libertad y con responsabilidad, asumiendo referentes éticos, valores y principios consistentes
E20		Capacidad para la gestión económica y presupuestaria en su ámbito de actividad
E21		Capacidad para el análisis objetivo de la realidad y extracción de consideraciones válidas
Resultados de Aprendizaje	R1	Cumplir con puntualidad el horario acordado con la empresa.
	R10	Aportar con iniciativa ideas creativas e innovadoras.
	R11	Tomar decisiones adecuada y responsablemente.
	R12	Afrontar las críticas con madurez.
	R13	Trabajar bajo presión de forma adecuada y mostrar resistencia al estrés.
	R14	Aprender continuamente nuevas tareas y metodologías de trabajo.
	R15	Aplicar sus conocimientos y competencias a las necesidades implícitas en las tareas que le han encomendado en la empresa.
	R2	Mantener una imagen personal adecuada a los requerimientos del entorno empresarial.
	R3	Aplicar habilidades sociales y normas de educación básica en sus relaciones interpersonales.
	R4	Trabajar en equipo en una empresa.
	R5	Demostrar su interés y sus motivaciones en el desarrollo de las tareas que se le han encomendado.
	R6	Guardar la confidencialidad de la información que maneja en la empresa.
	R7	Comunicarse de forma correcta y eficiente tanto oralmente como por escrito.
R8	Afrontar y ejecutar con responsabilidad y seriedad las tareas que le son asignadas.	
R9	Planificar y gestionar el tiempo y los recursos de forma adecuada.	

REQUISITOS PREVIOS:

Para realizar prácticas curriculares es imprescindible, según la normativa del Real Decreto 592/ 2014, de 11 de julio, estar matriculado en esta asignatura en el momento de incorporarse a la entidad. En caso contrario, serán prácticas extracurriculares.

Para iniciar el proceso de desarrollo de las prácticas el alumno ha de inscribirse en las ofertas que considere adecuadas a su perfil a través de la página web de la Universidad San Jorge, en el apartado de “Orientación y Empleo>acceso al gestor”, cumplimentando toda la información solicitada y adjuntando su currículum vitae. El Departamento de Prácticas informará al alumno si este ha sido seleccionado por la organización responsable de las prácticas solicitadas.

PROGRAMACIÓN DE LA MATERIA:

METODOLOGÍAS Y ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE:

Metodologías de enseñanza-aprendizaje a desarrollar:

El alumno aplicará los contenidos teórico-prácticos adquiridos en los cursos anteriores en un **entorno profesional** real. Las prácticas se desarrollarán en una empresa especializada del ámbito de la publicidad y las relaciones públicas, en una organización centrada en el marketing o la investigación de mercados o en alguna otra entidad que cuente con un área orientada a la comunicación. Las tareas que se encarguen al estudiante deben estar relacionadas con la formación adquirida en el Grado de publicidad y relaciones públicas.

El alumno estará tutelado por un tutor externo o tutor profesional en la empresa de destino y un tutor académico (el responsable de la asignatura) en la Universidad.

Su **tutor profesional** debe contribuir al aprendizaje del alumno durante su periodo de prácticas, además de realizar un seguimiento en la ejecución de las tareas encomendadas. El alumno ha de adaptarse a las rutinas productivas de los equipos de trabajo previamente conformados en la empresa, demostrando una actitud responsable, comunicativa y proactiva. El alumno ha de asumir la responsabilidad de ir corrigiendo progresivamente los errores que pueda cometer, mejorando de forma continua su desempeño.

Es fundamental que el alumno comente con su **tutor académico** los aspectos más importantes de su experiencia, así como los posibles conflictos, desacuerdos, problemas y dudas que puedan surgir durante el periodo de prácticas. En este sentido, es interesante que el estudiante tenga en consideración que el contraste sobre la propia experiencia de prácticas, además de facilitar el desempeño, también puede ser una fuente de aprendizaje. En cualquier caso, el tutor profesional contactará con el alumno durante su periodo de prácticas para realizar un seguimiento.

Cuando el alumno finalice las horas requeridas por las prácticas curriculares (un mínimo de 270), ha de elaborar la **memoria de prácticas**. En este documento (sus contenidos y otros aspectos relevantes asociados se indican más abajo en el apartado “Observaciones específicas sobre el sistema de evaluación”) el alumno analizará su labor y valorará los aprendizajes adquiridos.

Volumen de trabajo del alumno:

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Obtención de la nota final:

Memoria de prácticas:	25	%
Periodo de prácticas :	70	%
Comunicación con el tutor académico:	5	%
TOTAL	100	%

*Las observaciones específicas sobre el sistema de evaluación serán comunicadas por escrito a los alumnos al inicio de la materia.

BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN:

Bibliografía básica:

ACOSTA, José María. Gestión eficaz del tiempo y control del estrés. Madrid: ESIC, 2006 (3ª ed.).
FRIEDRICH, Hans. Afrontar con éxito las entrevistas de trabajo: cómo prepararse para la entrevista, qué estrategias desarrollar, cómo llegar a los acuerdos más favorables. Madrid: El Drac, 1998.
PUCHOL, Luis. El libro de la entrevista de trabajo. Madrid: Díaz de Santos, 2010 (5ª ed.).
VILLAFANE, Justo. La buena reputación: claves del valor intangible de las empresas. Madrid: Pirámide, 2003.

Bibliografía recomendada:

FERREIRO, Ramón y CALDERÓN, Margarita. El ABC del aprendizaje cooperativo: trabajo en equipo para enseñar y aprender. México, D.F: Trillas, 2006.
GOLEMAN, Daniel. Inteligencia emocional. Barcelona: Kairós, 2008.

Páginas web recomendadas:

Departamento de Prácticas de la Universidad San Jorge	http://usj.es/alumnos/practicas
--	---

* Guía Docente sujeta a modificaciones