SAN ISIDORO
CENTRO UNIVERSITARIO

Ficha técnica
Prácticas en Empresa

1. Descripción de la asignatura

Grado	Marketing y Comunicación Digital
Asignatura	Prácticas en Empresa
Módulo	Módulo VIII. Prácticas en Empresa
Unidad Docente	Ciencias Sociales y Jurídicas
Semestre	Anual
Créditos totales	12
Curso	4º
Carácter	PAE / OB (Prácticas en empresa / Obligatoria)
Lengua de impartición	Castellano

Número de horas presenciales de prácticas en empresa	295

2. Resultados de aprendizaje

a) Conocimientos

C01 - Capacidad para comprender y valorar la incidencia del entorno socioeconómico, político, jurídico, cultural, así como la globalización y su influencia en el marketing y la comunicación.

C03 - Capacidad para comprender y valorar el marco jurídico de la información comunicación y el marketing, las exigencias de la ética y deontología profesional, y los límites de la libertad de expresión así como los principios generales del derecho del consumo y de la competencia.

C08 - Capacidad para conocer los fundamentos generales del marketing y las herramientas que lo componen.

C09 - Conocimiento y capacidad analítica sobre los procesos, funciones y estructuras de la comunicación digital, valorando el impacto de las nuevas tecnologías y la cultura colaborativa en la generación de contenidos, en las campañas de marketing y comunicación y en la evolución de los entornos mediáticos.

b) Competencias

COM01 - Actuar de acuerdo con los principios y valores democráticos y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, atendiendo a la normativa que en todo momento resulte de aplicación y, en particular: (a) el respeto a los derechos humanos y derechos fundamentales; los valores democráticos #la libertad de pensamiento y de cátedra, la tolerancia y el reconocimiento y respeto a la diversidad, la equidad de todas las ciudadanas y de todos los ciudadanos, la eliminación de todo contenido o práctica discriminatoria, la cultura de la paz y de la participación, entre otros#; (b) el respeto a la igualdad de género e igualdad efectiva de mujeres y hombres atendiendo al principio de igualdad de trato y no discriminación por razón de nacimiento, origen nacional o étnico, religión, convicción u opinión, edad, discapacidad, orientación sexual, identidad o expresión de género, características sexuales, enfermedad, situación socioeconómica o cualquier otra condición o circunstancia personal o social; (c) el respeto a los principios de accesibilidad universal y diseño para todas las personas, considerando los derechos de las personas con discapacidad y su inclusión.

c) Habilidades

HD16 - Capacidad para el pensamiento crítico y para la resolución de problemas y toma de decisiones aplicando una orientación al mercado.

HD17 - Habilidad de comunicación efectiva, trabajo en equipo y liderazgo en entornos profesionales y para la utilización de técnicas en la presentación de proyectos en el ámbito del marketing y la comunicación.

HD18 - Capacidad de aprendizaje, innovación, creatividad, planificación y adaptación al cambio.

HD19 - Capacidad de organización eficiente del trabajo y gestión del tiempo en el desarrollo de tareas.

HD20 - Aplicación de principios éticos y deontológicos, así como de los principios relativos a la accesibilidad, no discriminación, igualdad de género, libertad sexual y objetivos de desarrollo sostenible en las distintas acciones, proyectos y actividad profesional en el ámbito del marketing y la comunicación.

3. Contenidos de la asignatura

Las prácticas en empresa tienen por objeto situar al estudiante en el entorno natural en el que desarrollará su actividad profesional futura, bajo la tutela del tutor académico y del tutor profesional de la empresa. Los convenios específicos con empresas e instituciones garantizan la adecuación de los perfiles de ambas partes. Los contenidos formativos de estas prácticas se refieren a: a) Integración del estudiante en un entorno de trabajo real; b) Interacción del estudiante con un equipo de trabajo experimentado; c) Puesta en valor de los conocimientos, competencias y habilidades adquiridas en el grado; d) Adquisición de hábitos y actitudes laborales; e) Ejercicio de la responsabilidad en una organización.

4. Actividades y metodologías Docentes

El plan de estudios comprende cinco modelos de actividad formativa presencial. El modelo de esta asignatura es:

- **Prácticas Académicas Externas.** Son prácticas pre-profesionales en empresas conveniadas bajo una adecuada supervisión, tanto por el tutor profesional como por el tutor académico del centro. Requieren la tutoría personal del alumnado por parte del profesor.

5. Actividades docentes y metodologías de enseñanza aprendizaje

ACTIVIDADES DOCENTES Y METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE	
AF07 - Prácticas Externas (Prácticas académicas externas)	***MD07*** *- Bajo la supervisión del tutor académico y el tutor profesional. Permite aplicar los conocimientos teóricos y habilidades adquiridas de forma integrada. Durante estas prácticas, se fomenta el*

	desarrollo de competencias en comunicación, trabajo en equipo y toma de decisiones en un entorno profesional.

6. Sistema de evaluación

La evaluación de la asignatura se hará de forma continua y se valorarán todas las actividades académicas realizadas durante el periodo de impartición de la materia, incluyendo las actividades formativas presenciales, las pruebas de evaluación y el trabajo particular del alumno.

La valoración de cada tipo de actividad se hará en función de la dedicación definida para cada una de ellas mediante la evaluación de las siguientes acciones:

- **SEV07** - Evaluación de las prácticas académicas externas por el tutor de la entidad colaboradora y el tutor académico del centro, considerando este último la memoria de prácticas elaborada por el alumno/a y el informe del tutor de la entidad colaboradora.

La ponderaciones mínimas y máximas establecidas son las siguientes:

	PONDERACIÓN MÍNIMA	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEV07	100%	100%

7. Responsable de la asignatura

Nombre	
Centro	Centro Universitario San Isidoro
Áreas Departamentales	Ciencias Sociales y Jurídicas
E-mail	