



DATOS IDENTIFICATIVOS

Taller de prácticas profesionales (seminario de experiencias profesionales)

| | | | | |
|---------------------|--|------------|-------|--------------|
| Asignatura | Taller de prácticas profesionales (seminario de experiencias profesionales) | | | |
| Código | P04G190V01982 | | | |
| Titulación | Grado en Publicidad y Relaciones Públicas | | | |
| Descriptores | Creditos ECTS | Seleccione | Curso | Cuatrimestre |
| | 12 | OP | 4 | 2c |
| Lengua | Castellano | | | |
| Impartición | Gallego | | | |
| Departamento | Comunicación audiovisual y publicidad Psicología evolutiva y comunicación | | | |
| Coordinador/a | García González, Aurora Martínez Rolán, Luís Xabier | | | |
| Profesorado | García González, Aurora Martínez Rolán, Luís Xabier | | | |
| Correo-e | auroragg@uvigo.es xabier.rolan@uvigo.es | | | |
| Web | | | | |
| Descripción general | Experiencia directa en alguno de los ámbitos de conocimiento de la titulación, a través de la asistencia a un taller o taller impartido por uno cualificado profesional o docente del mundo de la publicidad o de las relaciones públicas. Esta materia fue considerada una propuesta fundamental en la materia del Grado para garantizar la conexión entre la formación académica y profesional, la parte de constituir un canal adecuado para la permanente conexión con las distintas tendencias del mercado de la comunicación en general y de la publicidad y las Relaciones Públicas en particular, contando para eso con la asistencia de profesionales de reconocido prestigio". | | | |

Competencias

| | |
|--------|--|
| Código | |
| A2 | 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. |
| A5 | Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía. |
| C3 | Conocimiento de la estructura de los medios publicitarios: características, tipologías y problemáticas. |
| C4 | Conocimiento teórico y práctico de las estructuras organizativas y de los procesos de la publicidad y de las relaciones públicas. |
| C5 | Conocimiento teórico-práctico de los elementos, formas y lenguajes de la publicidad y de las relaciones públicas en el contexto local/regional, nacional e internacional. |
| C6 | Competencias imaginativas y conocimiento de los métodos del pensamiento creador y su aplicación en el proceso de comunicación. |
| C9 | Conocimiento de las estrategias de comunicación y su desarrollo creativo, aplicables en todo tipo de organizaciones, así como de las metodologías necesarias para su análisis, auditoría y evaluación. |
| C10 | Conocimiento teórico y práctico de las técnicas de gestión en empresas de comunicación. |
| C11 | Competencia o alfabetización digital: capacidad y habilidad para utilizar las tecnología y técnicas de comunicación en nuevos soportes, medios interactivos y multimedia. |
| C12 | Destrezas analítico-sintéticas: capacidad y habilidad para establecer la estrategia, planificación y procesos propios de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas. |

| | |
|-----|--|
| C13 | Destrezas expresivas: capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje. Realización de piezas publicitarias básicas y supervisión de su producción definitiva. |
| C14 | Destrezas directivas y colaborativas: capacidad y habilidad para responsabilizarse del área de comunicación de una organización, afrontando la gestión estratégica de sus intangibles, la responsabilidad social corporativa y las relaciones con diferentes públicos. |
| C15 | Capacidad para la gestión económica y presupuestaria en el ámbito de la actividad publicitaria y de las relaciones públicas. |
| D1 | Competencias interpretativas de la comunicación: capacidad de reconocer implicaciones éticas en decisiones profesionales. |
| D2 | Competencias creativas: capacidad para la creatividad, la innovación y la adaptación al cambio. |
| D3 | Competencias colaborativas: capacidad de adaptación a los objetivos y valores organizacionales y de trabajo en equipo |
| D4 | Competencias directivas: capacidad para gestionar el tiempo, con habilidad para la organización de tareas. |
| D5 | Competencias directivas: capacidad de asumir el liderazgo en proyectos, gestionándolos eficientemente y asumiendo compromisos de responsabilidad social |
| D6 | Competencias directivas: preparación para asumir el riesgo en la toma de decisiones. |

Resultados de aprendizaje

| Resultados previstos en la materia | Resultados de Formación y Aprendizaje | | |
|--|---------------------------------------|-----|----|
| En términos generales los talleres de prácticas deben contribuir a adquirir algunas competencias básicas y las competencias transversales de la titulación. Además, cada taller desarrollará competencias específicas de la titulación, en particular aquellas más ligadas a la actividad profesional. El docente de cada taller definirá las competencias concretas que se deben desarrollar, los resultados de aprendizaje específicos, los contenidos y método de evaluación. | A2 | C3 | D1 |
| | A5 | C4 | D2 |
| | | C5 | D3 |
| | | C6 | D4 |
| | | C9 | D5 |
| | | C10 | D6 |
| | | C11 | |
| | | C12 | |
| | | C13 | |
| | | C14 | |
| | | C15 | |

Contenidos

| Tema | |
|---|---|
| Marketing y publicidad. Nuevos formatos | . |
| Introducción al desarrollo web | . |
| Comunicación y periodismo | . |

Planificación

| | Horas en clase | Horas fuera de clase | Horas totales |
|-------------------------|----------------|----------------------|---------------|
| Talleres | 50 | 50 | 100 |
| Seminario | 50 | 50 | 100 |
| Observación sistemática | 0 | 1 | 1 |
| Trabajo | 0 | 99 | 99 |

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

| | Descripción |
|-----------|--|
| Talleres | Actividades enfocadas a la adquisición de conocimientos y habilidades manipulativas e instrumentales sobre una temática concreta, con asistencia específica por parte del profesor a las actividades individuales y/o en grupo que desarrollan los estudiantes |
| Seminario | Actividades enfocadas al trabajo sobre un tema específico, que permiten profundizar o complementar los contenidos de la materia |

Atención personalizada

| Metodologías | Descripción |
|--------------|--|
| Seminario | En el horario de tutorías del docente que corresponda. |
| Talleres | En el horario de tutorías del docente que corresponda. |

Evaluación

| | Descripción | Calificación | Resultados de Formación y Aprendizaje | | |
|-------------------------|--|--------------|---------------------------------------|--|----------------------------------|
| Observación sistemática | Los docentes valorarán la asistencia y participación a los talleres y seminarios | 10 | A2 A5 | C3 C4 C5 C6 C9 C10 C11 C12 C13 C14 C15 | D1 D2 D3 D4 D5 D6 |
| Trabajo | Los docentes podrán encargar a los alumnos a realización de trabajos y proyectos vinculados con el contenido de la materia, que se podrán desarrollar de forma individual o grupal, con dedicación dentro del aula o exclusivamente mediante trabajo autónomo del alumno | 90 | A2 A5 | C3 C4 C5 C6 C9 C10 C11 C12 C13 C14 C15 | D1 D2 D3 D4 D5 D6 |

Otros comentarios sobre la Evaluación

Los profesionales responsables de los distintos talleres y seminarios pueden hacer las pruebas que consideren oportunas. Además, de ser necesario, también el coordinador de los talleres puede desarrollar alguna prueba para evaluar a los alumnos.

Es necesario superar todos los ítems con, al menos, el 50% de la nota de cada metodología/prueba, tanto en primera como en segunda convocatoria.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Trabajo de Fin de Grado/P04G190V01991

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Producción publicitaria en la web y multimedia/P04G190V01801

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Comunicación: Teoría e historia de la comunicación/P04G190V01104

Creatividad publicitaria/P04G190V01304

Planificación estratégica de las relaciones públicas/P04G190V01503

Cine y publicidad/P04G190V01902

Dirección de comunicación/P04G190V01701

Plan de Contingencias

Descripción

=== MEDIDAS EXCEPCIONALES PLANIFICADAS ===

Ante la incierta e imprevisible evolución de la alerta sanitaria provocada por el COVID-19, la Universidad de Vigo establece una planificación extraordinaria que se activará en el momento en que las administraciones y la propia institución lo determinen atendiendo a criterios de seguridad, salud y responsabilidad, y garantizando la docencia en un escenario no presencial o parcialmente presencial. Estas medidas ya planificadas garantizan, en el momento que sea preceptivo, el desarrollo de la docencia de un modo más ágil y eficaz al ser conocido de antemano (o con una amplia antelación) por el alumnado y el profesorado a través de la herramienta normalizada e institucionalizada de las guías docentes.

=== ADAPTACIÓN DE LAS METODOLOGÍAS ===

La presencialidad en el aula se sustituye por asistencia síncrona o asíncrona online y el acceso a contenidos elaborados específicamente para el contexto online.

=== ADAPTACIÓN DE LA EVALUACIÓN ===

No hay modificación en la evaluación que fundamentalmente se basa en el trabajo personal del alumnado.

Información adicional: se garantiza que los trabajos se adecuarán a la disponibilidad que el alumnado tenga de equipamiento necesario
