



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Prácticas externas: Proxecto práctico profesional

Materia	Prácticas externas: Proxecto práctico profesional			
Código	P04G190V01981			
Titulación	Grao en Publicidade e Relacións Públicas			
Descritores	Creditos ECTS 12	Sinale OP	Curso 4	Cuadrimestre 2c
Lingua de impartición	Castelán Galego Outros			
Departamento				
Coordinador/a	Perez Seoane, Jesus			
Profesorado				
Correo-e				
Web	<a href="http://csc.uvigo.es">http://csc.uvigo.es</a>			
Descrición xeral	INCORPORACIÓN DOS ESTUDANTES AO PLANTEL DE EMPRESAS DE COMUNICACIÓN OU GABINETES DE MARKETING E COMUNICACIÓN DAS EMPRESAS GALEGAS			

## Competencias de titulación

Código	
A5	Coñecemento teórico práctico da publicidade e das relacións públicas tanto nos seus procesos como nas súas estruturas organizativas ou redes sociais
A7	Competencias imaxinativas e coñecemento dos métodos do pensamento creador e a súa aplicación no proceso de comunicación, na publicidade e/ou nas relacións públicas
A10	Coñecemento das estratexias, e o seu desenvolvemento creativo, aplicables nas institucións e empresas públicas e privadas, así como das metodoloxías necesarias para a súa análise, auditoría e avaliación
A11	Estudo do departamento de comunicación nas empresas e institucións e das habilidades e técnicas necesarias para a súa dirección de comunicación e, en especial, da xestión do coñecemento e dos intanxibles da empresa. Coñecemento teórico e práctico das técnicas de xestión en empresas de comunicación
A12	Competencia ou alfabetización dixital: capacidade e habilidade para utilizar as tecnoloxías e técnicas comunicativas, nos distintos medios ou sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia) e para a creación en novos soportes
A13	Destrezas sobre o entorno: Capacidade de describir e diagnosticar as cuestións fundamentais da comunicación na sociedade contemporánea
A14	Coñecemento das estratexias e procesos encamiñados á creación e realización de mensaxes publicitarias nos distintos soportes e medios de comunicación
A15	Capacidade e habilidade para establecer a planificación publicitaria fixando obxectivos, definindo público obxectivo, suscitando estratexias e controlando a súa xestión comunicativa
A16	Destrezas expresivas: capacidade e habilidade para dar forma creativa á mensaxe. Realización de pezas publicitarias básicas e supervisión da súa produción definitiva
A17	Capacidade para exercer como expertos na xestión estratéxica da imaxe corporativa e a reputación dunha organización
A18	Capacidade e habilidade para responsabilizarse da área de comunicación dunha organización, xerir a responsabilidade social corporativa e as relacións con diferentes públicos, tanto internos como externos, e deseñar o plan de comunicación e de crise
B2	Coñecemento das estruturas organizativas, corporativas e institucionais cos seus respectivos papeis na comunicación social mediada
B6	Capacidade para administrar o tempo, con habilidade para a organización de tarefas
B7	Capacidade para actuar en liberdade con responsabilidade, asumindo referentes éticos
B8	Competencias creativas: capacidade para a creatividade, a innovación e a adaptación ao cambio

B9	Capacidade de adaptación aos obxectivos organizativos e de traballo en equipo
B10	Capacidade de relacionarse coas persoas e coa contorna desde a identidade e os valores organizativos
B11	Capacidade de asumir o liderado en proxectos, xeríndoos eficientemente e asumindo compromisos de responsabilidade social
B13	Preparación para asumir o risco na toma de decisións
B14	Capacidade para a xestión económica e orzamentaria no ámbito da súa actividade

### Competencias de materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Coñecemento teórico práctico da publicidade e das relacións públicas tanto nos seus procesos como nas súas estruturas organizativas ou redes sociais	A5
Competencias imaxinativas e coñecemento dos métodos do pensamento creador e a súa aplicación no proceso de comunicación, na publicidade e/ou nas relacións públicas	A7
Coñecemento das estratexias, e o seu desenvolvemento creativo, aplicables nas institucións e empresas públicas e privadas, así como das metodoloxías necesarias para a súa análise, auditoría e avaliación	A10
Estudo do departamento de comunicación nas empresas e institucións e das habilidades e técnicas necesarias para a súa dirección de comunicación e, en especial, da xestión do coñecemento e dos intangibles da empresa. Coñecemento teórico e práctico das técnicas de xestión en empresas de comunicación	A11
Competencia ou alfabetización dixital: capacidade e habilidade para utilizar as tecnoloxías e técnicas comunicativas, nos distintos medios ou sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia) e para a creación en novos soportes	A12
Destrezas sobre o entorno: Capacidade de describir e diagnosticar as cuestións fundamentais da comunicación na sociedade contemporánea	A13
Coñecemento das estratexias e procesos encamiñados á creación e realización de mensaxes publicitarias nos distintos soportes e medios de comunicación	A14
Capacidade e habilidade para establecer a planificación publicitaria fixando obxectivos, definindo público obxectivo, suscitando estratexias e controlando a súa xestión comunicativa	A15
Destrezas expresivas: capacidade e habilidade para dar forma creativa á mensaxe. Realización de pezas publicitarias básicas e supervisión da súa produción definitiva	A16
Capacidade para exercer como expertos na xestión estratéxica da imaxe corporativa e a reputación dunha organización	A17
Capacidade e habilidade para responsabilizarse da área de comunicación dunha organización, xerir a responsabilidade social corporativa e as relacións con diferentes públicos, tanto internos como externos, e deseñar o plan de comunicación e de crise	A18
Coñecemento das estruturas organizativas, corporativas e institucionais cos seus respectivos papeis na comunicación social mediada	B2
Capacidade para administrar o tempo, con habilidade para a organización de tarefas	B6
Capacidade para actuar en liberdade con responsabilidade, asumindo referentes éticos	B7
Competencias creativas: capacidade para a creatividade, a innovación e a adaptación ao cambio	B8
Capacidade de adaptación aos obxectivos organizativos e de traballo en equipo	B9
Capacidade de relacionarse coas persoas e coa contorna desde a identidade e os valores organizativos	B10
Capacidade de asumir o liderado en proxectos, xeríndoos eficientemente e asumindo compromisos de responsabilidade social	B11
Preparación para asumir o risco na toma de decisións	B13
Capacidade para a xestión económica e orzamentaria no ámbito da súa actividade	B14

### Contidos

Tema	
1. Realización de prácticas preprofesionais.	Os estudantes se integrarán o plantel das empresas.
2. Realización dun informe por parte do alumno.	Os estudantes realizarán unha pequena memoria relatando a súa experiencia.
3. Avaliación por parte do titor do estudante.	Os informes deberán contar coa aprobación dos titores profesional e académico dos estudantes.

### Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Prácticas externas	180	80	260
Informes/memorias de prácticas externas ou prácticum	20	20	40

\*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

## Metodoloxía docente

	Descrición
Prácticas externas	Incorporación dos/das estudantes ao plantel de empresas de comunicación ou gabinetes de marketing e comunicación das empresas galegas.

## Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Prácticas externas	O responsable da materia ofertará horarios de tutorías para asesorar aos estudantes en prácticas e realizar un seguemento da súa situación.

Probos	Descrición
Informes/memorias de prácticas externas ou prácticum	

## Avaliación

	Descrición	Cualificación
Prácticas externas	Realización das prácticas preprofesionais	50
Informes/memorias de prácticas externas ou prácticum	Despois de 180 horas de estadía, os estudantes elaborarán un informe onde se resume a súa experiencia que deberá estar avaliado polo seu responsable na empresa.	50

## Outros comentarios sobre a Avaliación

\*\*\* Para a superación da materia, resulta obrigatorio que o/a estudante que realizara prácticas nas empresas realice un informe onde se resume a súa experiencia que deberá estar avaliado polo seu responsable na empresa \*\*\*

\*\*\* Aqueles estudantes que non realicen prácticas en empresas deberán cursar o "seminario de experiencias profesionais" \*\*\*

## Bibliografía. Fontes de información

## Recomendacións

### Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Obradoiro de prácticas profesionais (seminario de experiencias profesionais)/P04G190V01982