

## Prácticas Externas

Código: 103151

Créditos ECTS: 12

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2501935 Publicidad y Relaciones Públicas	OT	4	0

## Contacto

Nombre: David Roca Correa

Correo electrónico: David.Roca@uab.cat

## Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: catalán (cat)

Algún grupo íntegramente en inglés: No

Algún grupo íntegramente en catalán: Sí

Algún grupo íntegramente en español: No

## Prerequisitos

Ver la versión en catalán y usar el traductor de google si fuera necesario.

## Objetivos y contextualización

Ver la versión en catalán y usar el traductor de google si fuera necesario.

## Competencias

- Demostrar capacidad de liderazgo, negociación y trabajo en equipo, así como resolución de problemas.
- Demostrar conciencia ética así como empatía con el entorno.
- Demostrar que conoce la estructura profesional y económica del sistema empresarial de los medios de comunicación.
- Demostrar que conoce la estructura y funciones del contexto tecnológico que interviene en el proceso de la comunicación publicitaria.
- Demostrar que conoce la legislación desarrollada en el ámbito de la comunicación social.
- Demostrar que conoce las teorías del Management en la dirección de empresas publicitarias y organizaciones.
- Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.
- Utilizar las tecnologías avanzadas para el óptimo desarrollo profesional.

## Resultados de aprendizaje

1. Aplicar los códigos deontológicos y principios éticos de autorregulación de la actividad publicitaria.
2. Demostrar capacidad de liderazgo, negociación y trabajo en equipo, así como resolución de problemas.
3. Demostrar conciencia ética así como empatía con el entorno.
4. Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.
5. Identificar la diferencia entre medios convencionales y no convencionales en el sistema publicitario.
6. Reconocer el funcionamiento de los distintos departamentos de una agencia de publicidad y relaciones públicas (creatividad, medios, marketing, ventas, servicio al cliente, etc.).
7. Reconocer y distinguir la tipología profesional y funciones de los distintos sujetos que intervienen en la actividad publicitaria.
8. Utilizar las tecnologías avanzadas para el óptimo desarrollo profesional.

9. Utilizar los instrumentos tecnológicos de la composición y edición de mensajes gráficos.

## Contenido

Ver la versión en catalán y usar el traductor de google si fuera necesario.

## Metodología

Ver la versión en catalán y usar el traductor de google si fuera necesario.

## Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Supervisadas			
Ver la versión en catalán y usar el traductor de google si fuera necesario.	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 8

## Evaluación

Ver la versión en catalán y usar el traductor de google si fuera necesario.

## Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Ver la versión en catalán y usar el traductor de google si fuera necesario.	Ver la versión en catalán y usar el traductor de google si fuera necesario.	300	12	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 8

## Bibliografía

Ver la versión en catalán y usar el traductor de google si fuera necesario.