

Pràctiques Externes

Codi: 103151

Crèdits: 12

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501935 Publicitat i Relacions Públiques	OT	4	0

La metodologia docent i l'avaluació proposades a la guia poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

Professor/a de contacte

Nom: David Roca Correa

Correu electrònic: David.Roca@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: català (cat)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: Sí

Grup íntegre en espanyol: No

Prerequisits

El marcats per la normativa.

Objectius

Durant aquesta assignatura, l'alumnat hauria de:

1. Conèixer el món professional.
2. Desenvolupar les pràctiques de forma eficient.
3. Informar de forma clara del desenvolupament de les pràctiques i l'adquisició de les competències esperades, a través d'un blog informatiu de les pràctiques externes.
4. Ser capaç d'autoavaluar-se.

Competències

- Demostrar capacitat de lideratge, negociació i treball en equip, així com resolució de problemes.
- Demostrar consciència ètica i empatia amb l'entorn.
- Demostrar que coneix l'estructura i les funcions del context tecnològic que intervé en el procés de la comunicació publicitària.
- Demostrar que coneix l'estructura professional i econòmica del sistema empresarial dels mitjans de comunicació.
- Demostrar que coneix la legislació desenvolupada en l'àmbit de la comunicació social.
- Demostrar que coneix les teories del management en la direcció d'empreses publicitàries i organitzacions.
- Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
- Utilitzar les tecnologies avançades per al desenvolupament professional òptim.

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar els codis deontològics i els principis ètics d'autoregulació de l'activitat publicitària.
2. Demostrar capacitat de lideratge, negociació i treball en equip, així com resolució de problemes.
3. Demostrar consciència ètica i empatia amb l'entorn.
4. Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
5. Identificar la diferència entre mitjans convencionals i no convencionals en el sistema publicitari.
6. Reconèixer el funcionament dels diferents departaments d'una agència de publicitat i relacions públiques (creativitat, mitjans, màrqueting, vendes, servei al client, etc.)
7. Reconèixer i distingir la tipologia professional i les funcions dels diferents subjectes que intervenen en l'activitat publicitària.
8. Utilitzar els instruments tecnològics de la composició i l'edició de missatges gràfics.
9. Utilitzar les tecnologies avançades per al desenvolupament professional òptim.

Continguts

Els continguts depenen del lloc de realització de la pràctica.

Metodologia

L'assignatura utilitza la següent metodologia per l'avaluació de les pràctiques:

1. Realització d'un blog informatiu, amb una explicació mínima per mes.
2. Full d'avaluació de l'alumne, on auto-avaluarà la seva experiència.
3. Full d'avaluació de l'empresa, on el tutor a l'empresa avaluarà l'estada de l'alumne.
4. Tutories, en el cas que fos necessari.

Al final de semestre hi haurà una reunió amb el tutor on l'alumnat haurà de portar el full d'avaluació de l'empresa i el full d'avaluació de l'alumne.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Supervisades			
Pràctiques externes	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9

Avaluació

L'avaluació es desenvoluparà en base a tres eixos:

1. El blog que es desenvoluparà durant tot el semestre.
2. El full d'avaluació de l'empresa
3. El full d'avaluació de l'alumne.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Pràctiques externes	100%	300	12	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9

Bibliografia

Castellbanque, Mariano (2006). *Perfiles profesionales de publicidad y ámbitos afines*. Barcelona: UOC:

Tibbs, Andy (2010). *Advertising : its business, culture and careers*. New York: Routledge.