

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: Patricia Lázaro Pernias
Correu electrònic: Patricia.Lazaro@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

Les assignatures específiques que cal haver superat per a poder cursar les pràctiques externes són les següents:

- 103133 Màrqueting i Gestió Documental
- 103134 Estratègies en Publicitat i Relacions Públiques
- 103136 Teoria i Estructura de les Relacions Públiques
- 103137 Teoria i Estructura de la Publicitat
- 103142 Processos i Tècniques Creatives
- 103144 Disseny en Publicitat i Relacions Públiques
- 103146 Creativitat Publicitària
- 103163 Comunicació de les Organitzacions
- 103863 Tecnologies de la Informació i la Comunicació o 104894 Tecnologies i comunicació persuasiva
- 103864 Llenguatges Comunicatius Escrits i Audiovisuals o 104895 Expressió Escrita, Oral i Audiovisual
- 103868 Mètodes de Recerca en Comunicació o 104899 Mètodes de Recerca en Comunicació Persuasiva

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 informe 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 l'estada de pràctiques.

Metodologia

L'alumnat desenvolupa la tasca professional assignada pel centre de pràctiques sota la supervisió del tutor de l'empresa.

Al llarg de l'estada l'alumnat mantindrà tutories amb el tutor de l'empreses i a l'almenys una amb el tutor assignat per la Facultat.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, per a la complementació per part de l'alumnat de les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura/mòdul.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
-------	-------	------	--------------------------

Tipus: Supervisades

Tutories	21	0,84	2, 3, 5, 6, 7
Tipus: Autònomes			
Estada a la institució	270	10,8	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9

Avaluació

La qualificació de les pràctiques s'obté a partir de les qualificacions de tres evidències.

1. L'elaboració d'un informe de pràctiques. La forma d'aquest informe la decidirà el tutor de pràctiques assignat per la Facultat. A tall orientatiu convé consultar les indicacions fixades per la Facultat sobre aquest informe: <https://www.uab.cat/doc/informefinaldepracticum.pdf> (10% de la nota final).
2. Informe d'avaluació elaborat pel tutor de l'empresa / centre de pràctiques (80 % de la nota final).
3. Informe d'autoavaluació elaborat per l'alumnat (10% de la nota final).

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Informe de pràctiques	100%	9	0,36	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.

Programari

L'assignatura no requereix de cap programari específic.