

**Prácticas Externas**

Código: 42438  
Créditos ECTS: 9

| Titulación                                                  | Tipo | Curso | Semestre |
|-------------------------------------------------------------|------|-------|----------|
| 4313256 Contenidos de Comunicación Audiovisual y Publicidad | OT   | 0     | 2        |

La metodología docente y la evaluación propuestas en la guía pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

**Contacto**

Nombre: Pedro Molina Rodriguez-Navas  
Correo electrónico: Pedro.Molina@uab.cat

**Uso de idiomas**

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)

**Prerequisitos**

Algunas empresas presentan requisitos a los estudiantes. Algunos de los requisitos más comunes son: saber catalán, castellano o inglés, tener conocimiento y familiaridad con las redes sociales, tener flexibilidad de horario en sesiones de rodaje.

**Objetivos y contextualización**

Desarrollar en un ámbito profesional, las habilidades aprendidas en el máster.

**Competencias**

- Aplicar modelos validados de análisis de contenidos, de evaluación de políticas, de estudios de recepción y análisis de industrias del sector audiovisual y publicitario.
- Buscar información en el entorno científico-técnico y disponer de habilidades operativas en el uso de las TIC.
- Demostrar una actitud despierta, innovadora y analítica en relación con los interrogantes de investigación
- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- Tomar decisiones asumiendo las responsabilidades y consecuencias que éstas conllevan.
- Trabajar y dirigir equipos interdisciplinares en entornos diversos.

**Resultados de aprendizaje**

1. Aplicar el conocimiento de las audiencias en el diseño y gestión de productos audiovisuales y publicitarios
2. Aplicar los modelos de análisis de estudios de audiencia, analítica web y testeo de productos audiovisuales y publicitarios

3. Aplicar modelos validados de evaluación de comunicación interactiva y redes sociales del sector audiovisual y publicitario
4. Buscar información en el entorno científico-técnico y disponer de habilidades operativas en el uso de las TIC.
5. Demostrar una actitud despierta, innovadora y analítica en relación con los interrogantes de investigación
6. Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
7. Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
8. Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
9. Tomar decisiones asumiendo las responsabilidades y consecuencias que éstas conllevan.
10. Trabajar y dirigir equipos interdisciplinares en entornos diversos.

## Contenido

Los contenidos de la asignatura "Prácticas Externas" varían entre los y las distintas estudiantes. El alumnado desarrolla esta asignatura en empresas diferentes, por ello, los contenidos aprendidos varían. Los y las estudiantes, al principio de curso, entregan un CV con sus habilidades, carencias e intereses específicos para desarrollar su estancia de prácticas en una empresa real.

## Metodología

Los y las estudiantes realizan una estancia de 220-250 horas siguiendo el modelo de prácticas curriculares. En la firma del convenio el estudiante tiene información específica del horario. Las prácticas se desarrollan en el segundo semestre.

NOTA IMPORTANTE: Las prácticas curriculares no son remuneradas *per se*. Algunas empresas ofrecen la posibilidad de remuneración al estudiante, pero otras muchas empresas no ofrecen remuneración al alumnado en prácticas.

La situación sanitaria podría hacer que las sesiones, en lugar de presenciales, deban ser telemáticas.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

## Actividades

| Título                           | Horas | ECTS | Resultados de aprendizaje     |
|----------------------------------|-------|------|-------------------------------|
| Tipo: Dirigidas                  |       |      |                               |
| Estancia de prácticas en empresa | 220   | 8,8  | 1, 2, 3, 4, 5, 9, 7, 8, 6, 10 |

## Evaluación

La evaluación consta de un informe final que desarrolla el/la estudiante acerca de su estancia en la empresa y de un informe final que realiza la empresa sobre la estancia del alumno/a.

## Actividades de evaluación



| Título                   | Peso | Horas | ECTS | Resultados de aprendizaje     |
|--------------------------|------|-------|------|-------------------------------|
| Informe final empresa    | 80%  | 0     | 0    | 1, 2, 4, 5, 9, 7, 6, 10       |
| Informe final estudiante | 20%  | 5     | 0,2  | 1, 2, 3, 4, 5, 9, 7, 8, 6, 10 |

## Bibliografía

Esta asignatura carece de una bibliografía común a todo el alumnado.

## Software

Esta asignatura no tiene un software común a todo el alumnado.