

Prácticas Externas

Código: 42438
Créditos ECTS: 9

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

Contacto

Nombre: Pedro Manuel Molina Rodríguez-Navas

Correo electrónico: pedro.molina@uab.cat

Idiomas de los grupos

Puede consultarlo a través de este [enlace](#). Para consultar el idioma necesitará introducir el CÓDIGO de la asignatura. Tenga en cuenta que la información es provisional hasta el 30 de noviembre del 2023.

Prerrequisitos

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 las habilidades aprendidas en el máster en un ámbito profesional.

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 interdisciplinarios 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 interdisciplinarios en entornos diversos.

Contenido

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, experiencia profesional e intereses específicos para desarrollar su estancia de prácticas en una empresa real.

Metodología

Los y las estudiantes realizan una estancia de 220 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.

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.

Esta asignatura no prevé el sistema de evaluación única.

Actividades de evaluación continuada

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.