

Titulación	Tipo	Curso
Contenidos de Comunicación Audiovisual y Publicidad	OT	0

Contacto

Nombre: María Desamparados Huertas Bailén

Correo electrónico: amparo.huertas@uab.cat

Equipo docente

Marta Narberhaus Martinez

Gemma Gómez Bernal

Idiomas de los grupos

Puede consultar esta información al [final](#) del documento.

Prerrequisitos

Algunas empresas/instituciones piden requisitos a los estudiantes. Algunos de los requisitos más comunes son: catalán, castellano o inglés, tener conocimiento y familiaridad con las redes sociales, tener flexibilidad de horario para el desarrollo de las tareas asignadas.

Objetivos y contextualización

Desarrollar los conocimientos, habilidades y competencias adquiridos en el máster en un entorno 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 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

El alumnado realiza esta asignatura en diferentes empresas/instituciones. Por esta razón, los conocimientos, habilidades y prácticas varían según la entidad receptora.

Actividades formativas y Metodología

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

El alumnado realiza una estancia de prácticas de 220 horas, siguiendo el modelo de prácticas curriculares, entre los meses de marzo y julio. En cada caso, se firma un convenio específico con la empresa/institución receptora, en el que consta toda la información sobre su desarrollo. En ese convenio se especifica el horario de las prácticas externas.

NOTA: Las prácticas curriculares no son actividades remuneradas. No obstante, excepcionalmente puede darse el caso de que alguna empresa/institución receptora, por su propio reglamento o política interna, esté obligada a remunerar la actividad.

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.

Evaluación

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

La evaluación consta de un informe final del estudiante acerca de su estancia en la empresa (20%) y de un informe final que realiza la empresa sobre la estancia del alumno/a (80%)

Esta asignatura no prevé el sistema de evaluación única.

Bibliografía

Por sus particulares características, esta asignatura carece de una bibliografía común para todo el alumnado.

Software

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

Grupos e idiomas de la asignatura

La información proporcionada es provisional hasta el 30 de noviembre de 2025. A partir de esta fecha, podrá consultar el idioma de cada grupo a través de este [enlace](#). Para acceder a la información, será necesario introducir el CÓDIGO de la asignatura

Nombre	Grupo	Idioma	Semestre	Turno
(PEXTm) Pràctiques externes i pràcticum (màster)	1	Español	tercer cuatrimestre	mañana-mixto