



Prácticas Profesionales

Máster Universitario en
Dirección de Publicidad
Integrada
2024-25



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Prácticas Profesionales

Titulación: Máster Universitario en Dirección de Publicidad Integrada

Curso: 2024-25

Carácter: Obligatorio

Idioma: Español

Modalidad: Presencial

Créditos: 4

Curso: 1º

Semestre: 2º

Coordinadora de prácticas: Dra. Dña.Mar Ramos Rodríguez

1. REQUISITOS PREVIOS

Haber cursado o estar cursando las restantes materias.

2. BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

Realización de prácticas formativas profesionales en empresas o instituciones, relacionadas con sus estudios universitarios, tutorizadas desde la Universidad y la empresa.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADO DEL APRENDIZAJE

Generales

Aplicar las competencias adquiridas durante el desarrollo del programa formativo.

Específicas

Aplicar de manera práctica los conocimientos adquiridos en el programa formativo durante el desarrollo de la actividad profesional especializada en publicidad integrada.

Resultados de aprendizaje:

Demostrar la capacidad de trabajo y aplicación del conocimiento a la actividad profesional propia del ámbito de la publicidad y el marketing.

4. ACTIVIDADES FORMATIVAS Y METODOLOGÍA

- Prácticas externas y trabajo personal del alumno: 95 h. (95%). Todas las competencias de la materia.
- Tutorías y evaluación: 5 h. (5%). Todas las competencias de la materia.

5. SISTEMA DE EVALUACIÓN

La idoneidad de cada periodo de prácticas deberá ser valorada y aprobada por la Universidad para su posterior cómputo de créditos académicos. Una vez finalizadas las prácticas, el alumno deberá presentar dos documentos:

- Certificado empresarial e informe de evaluación por parte de la empresa tras la finalización de las prácticas formativas: (80%)
- Informe del alumno tras la finalización de las prácticas formativas: (20%)

Tras una valoración conjunta de ambos documentos, junto con el seguimiento realizado conjuntamente por el tutor académico y el tutor empresarial, se emite, en su caso, certificación de los créditos académicos y se incorporan al expediente del alumno.

Según lo recogido en el Procedimiento de actuación en la realización de prácticas externas:

Los créditos correspondientes a prácticas externas serán evaluados con una nota entre el 0 y el 10. La nota obtenida en las Prácticas computará a efectos de la obtención de la media en el expediente, la baremación para la solicitud de becas, pero no para el cómputo de créditos necesarios para permanecer en la universidad. Asimismo, debido a la tipología de la asignatura no se contempla la concesión de Matrícula de Honor, aunque se haya obtenido la calificación de 10. El alumno podrá solicitar una revisión de la evaluación final al Coordinador del Dep. Carreras Profesionales.

6. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dra. Dña. Mar Ramos Rodríguez
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Doctora en Bellas Artes y licenciada en Ciencias de la Información (Imagen y sonido)
Correo electrónico	mramos@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Doctora en Bellas Artes por la Universidad Complutense de Madrid. Licenciada en Ciencias de la Imagen y Sonido por la misma universidad. Curso de Experto en Tipografía Aplicada, dirigido por Marc Salinas, en La Basad (2019). Su práctica profesional se ha desarrollado en el mundo de la fotografía, la producción audiovisual y el diseño gráfico y editorial. Destaca su experiencia laboral en el mundo de la publicidad cinematográfica, en estudios de diseño y en la productora cinematográfica CineCompany, así como en las empresas de comunicación editorial Grupo Zeta y Vocento como diseñadora de numerosas publicaciones.</p> <p>En la Universidad Nebrija imparte docencia desde 1998 en programas de grado y postgrado en las áreas de Diseño digital, Comunicación Audiovisual, Periodismo y Publicidad al tiempo que lo compagina con proyectos gráficos y audiovisuales para empresas e instituciones como freelance. Investigación aplicada - Cachán, C. y Ramos, M. (2017) Estrategias de éxito para comunicar salud. Madrid: Dykinson. - Herrero, M., Ramos, M y Santos, J. (2016) Evolución de los perfiles profesionales en los nuevos modelos de documentales. Tendencias en el ecosistema mediático. Madrid: Dykinson. - Perlado, M. y Ramos, M. (2016) Festival Jóvenes Tocados por la Publicidad. Claves de un proyecto pre-profesional de innovación. Tendencias en el ecosistema mediático. Madrid: Dykinson. - Ramos M. y Santos, J. (2016) La evolución del cine documental: de producto audiovisual a interactivo en Costa, A. y Capucho, R. (coord.) Avanca Cinema International Conference 2016. Avanca: Cine-Clube de Avanca Edicoes. - Ganovic, I., Grijalba, N. y Ramos, M. (2016) La audiencia social en la ficción nacional: De los Tele Rodríguez a El Ministerio del tiempo. Audiencia social. En Estrategias de comunicación para medios y marcas. Madrid: Síntesis. - Ramos, M. (2016) Festival Jóvenes Tocados por la Publicidad. Análisis e investigación del proyecto preprofesional para su inclusión en el currículo de los alumnos de publicidad en la Universidad Antonio de Nebrija. [Tesis doctoral] Universidad Complutense de Madrid. - Ramos, M. (2014). El método del proyecto en los estudios de grado en Comunicación Audiovisual. El Festival de Cortos AdN como ejemplo aglutinador de competencias. Historia y Comunicación Social. Vol. 19. Número especial: La comunicación en la profesión en la universidad de hoy. - Perlado, M., Ramos, M. y Toledano, F. (2014) Nuevas capacidades y perfiles profesionales en el sector audiovisual y publicitario: hacia la formación en competencias en Últimos estudios sobre Publicidad: de "Las Meninas" a los tuits. Sheila Liberal y Piedad Fernández (Coord.). Madrid: Fragua. - Ramos, M. (2013) Festival de Cortometrajes AdN: Una fórmula de éxito para la adquisición de competencias en Nuevas perspectivas modales para la enseñanza superior. José Rodríguez Terceño (Coord.). Madrid: Visión Libros</p>
---	--