

Escuela de Doctorado y Estudios de Posgrado

Máster Universitario en Innovación Comunicativa en las Organizaciones

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA (ESCENARIO 1):

Prácticas externas (2021 - 2022)

1. Datos descriptivos de la asignatura

Asignatura: Prácticas externas	Código: 835901203
- Centro: Escuela de Doctorado y Estudios de Postgrado - Lugar de impartición: - - Titulación: Máster Universitario en Innovación Comunicativa en las Organizaciones - Plan de Estudios: 2018 (Publicado en 2018-09-19) - Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas - Itinerario / Intensificación: - Departamento/s: Ciencias de la Comunicación y Trabajo Social - Área/s de conocimiento: Comunicación Audiovisual y Publicidad Periodismo - Curso: 1 - Carácter: Obligatoria - Duración: Segundo cuatrimestre - Créditos ECTS: 9,0 - Modalidad de impartición: Presencial - Horario: Enlace al horario - Dirección web de la asignatura: http://www.campusvirtual.ull.es - Idioma: Castellano	

2. Requisitos para cursar la asignatura

3. Profesorado que imparte la asignatura

Profesor/a Coordinador/a: MARÍA AUXILIADORA GABINO CAMPOS
- Grupo: 1
General - Nombre: MARÍA AUXILIADORA - Apellido: GABINO CAMPOS - Departamento: Ciencias de la Comunicación y Trabajo Social - Área de conocimiento: Comunicación Audiovisual y Publicidad
Contacto - Teléfono 1: - Teléfono 2: - Correo electrónico: mgabinoc@ull.es - Correo alternativo: - Web: http://www.campusvirtual.ull.es

Tutorías primer cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Martes	11:00	14:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	3 Izquierda
Todo el cuatrimestre		Miércoles	11:00	14:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	3 Izquierda
Observaciones: Las tutorías en el Escenario 0 serán presenciales. Las tutorías en el Escenario 1 serán en línea. Para llevar a cabo la tutoría en línea, se hará uso de algunas de las herramientas institucionales disponibles para ello (correo electrónico o Google Meet). El alumno deberá acceder a través de su cuenta institucional de la ULL.						
Tutorías segundo cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Martes	11:00	14:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	3 Izquierda
Todo el cuatrimestre		Miércoles	11:00	14:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	3 Izquierda
Observaciones: Las tutorías en el Escenario 0 serán presenciales. Las tutorías en el Escenario 1 serán en línea. Para llevar a cabo la tutoría en línea, se hará uso de algunas de las herramientas institucionales disponibles para ello (correo electrónico o Google Meet). El alumno deberá acceder a través de su cuenta institucional de la ULL.						

4. Contextualización de la asignatura en el plan de estudio

Bloque formativo al que pertenece la asignatura: **Prácticas externas**
Perfil profesional:

5. Competencias

Competencias Generales

- CG1** - Capacidad de comunicación, escrita, verbal y multimedia, con distintos públicos y medios.
- CG2** - Capacidad para organizar y planificar acciones dentro del ámbito profesional, con una orientación hacia la consecución de metas y de resultados concretos, y con un compromiso ético
- CG3** - Capacidad de trabajar en equipos interdisciplinares para lograr objetivos y resolver problemas conjuntamente
- CG4** - Capacidad para la toma de decisiones a partir de habilidades y conocimientos adquiridos en contextos diversos y cambiantes del ejercicio profesional
- CG5** - Capacidad para la dirección de equipos, la gestión de los recursos humanos y el liderazgo en el ámbito de la comunicación

CG6 - Capacidad de generar formas innovadoras para comprender la realidad y resolver situaciones o problemas concretos dentro del ejercicio profesional

Competencias Básicas

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - 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

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - 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

CB10 - 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.

Competencias Específicas

CE5 - Capacidad para seleccionar y aplicar las distintas metodologías y técnicas de investigación con el fin de realizar diagnósticos complejos sobre la comunicación de las organizaciones, instituciones y líderes políticos, sobre el impacto de sus acciones comunicativas y sobre su reputación

CE6 - Capacidad de formular objetivos, diseñar acciones innovadoras, ofrecer resultados y cuantificar costes en los distintos aspectos comunicativos fundamentales de las organizaciones

CE7 - Conocimiento de los mecanismos de planificación y gestión de la comunicación, y capacidad de aplicarlos de forma innovadora en la consecución de objetivos estratégicos de carácter institucional, empresarial o político

CE8 - Capacidad para construir y mejorar la reputación de una organización frente a sus distintos públicos, a través de la aplicación innovadora de las herramientas y procesos de las Relaciones Públicas

CE9 - Capacidad para mejorar el proceso de ideación, comunicación y comercialización de un producto o servicio, a través del manejo avanzado de las distintas herramientas analógicas y digitales, y de los últimos procesos y tendencias de marketing, desde una perspectiva innovadora en su aplicación

CE10 - Capacidad para crear y comunicar los intangibles vinculados al capital relacional de la organización y conocimiento de los mecanismos que generan valor para las marcas, a través del desarrollo de estrategias de comunicación publicitaria adecuadas para el logro de estos objetivos

CE11 - Dominio de las funciones internas y externas de la dirección estratégica de comunicación de una organización, incluyendo la gestión y el liderazgo de equipos

CE12 - Capacidad para idear, diseñar y poner en práctica un proyecto de organización y producción de un evento de cualquier naturaleza

CE13 - Destreza para utilizar las herramientas de la comunicación corporativa y las relaciones públicas para gestionar las situaciones de crisis

CE14 - Capacidad para idear, diseñar y ejecutar campañas de comunicación política y electoral, en el marco de una planificación estratégica e integral

CE15 - Conocimientos, habilidades y destrezas para comunicar las decisiones de las organizaciones a la sociedad, al mercado y a la propia organización, a través de mensajes informativos y persuasivos presentados de forma atractiva y comprensiva en formatos diferentes (textual, audiovisual y multimedia)

CE16 - Capacidad para gestionar las relaciones con los medios de comunicación de manera eficiente

CE17 - Conocimiento de los principios de la responsabilidad social y capacidad para aplicarlos en el marco de la comunicación organizacional

6. Contenidos de la asignatura

Contenidos teóricos y prácticos de la asignatura

CONTENIDOS Y PROCEDIMIENTO DE LAS PRÁCTICAS

Las prácticas externas incluyen tanto las horas realizadas en las empresas/instituciones como las dedicadas a las tutorías académicas y la realización del portafolio.

La oferta de puestos de prácticas quedará condicionada a las necesidades y circunstancias que presenten las empresas/instituciones que participen en este programa formativo, y se regulará a tenor de lo establecido en el reglamento de Prácticas Externas aprobado por la Universidad de La Laguna. La adjudicación de las prácticas se realizará por acuerdo de la Comisión Académica, a propuesta del profesor-tutor académico de las Prácticas, una vez realizada la oferta y tramitadas las solicitudes en conformidad al reglamento y a las competencias y resultados de aprendizaje que se hayan de conformar.

El/la alumno/a deberá cumplir con los requisitos de asistencia a los lugares de realización de las prácticas y a las reuniones con los tutores académicos de las prácticas externas.

CONTENIDOS TEÓRICOS VINCULADOS A LAS PRÁCTICAS EN EMPRESAS

El proyecto formativo, las actividades y competencias que se han de desarrollar en las prácticas con las entidades con convenios con la ULL se ajustarán a los siguientes contenidos, competencias y resultados específicos.

El seguimiento de las prácticas contempla el seguimiento del profesor tutor académico, que ofrecerá contenido teórico de apoyo (en tutorías grupales) a las tareas prácticas concretas que se le sean encomendadas al estudiante para el mejor aprovechamiento de la adquisición de la competencia. La relación de contenidos está en relación con los siguientes propios de la Comunicación Institucional y Empresarial:

- Comunicación interna y externa en las organizaciones. Comunicación corporativa. Redacción y distribución de mensajes específicos. .
- Preparación, convocatoria, documentación y seguimiento de ruedas de prensa.
- Seguimiento de los medios y elaboración de resúmenes de prensa.

Actividades a desarrollar en otro idioma

7. Metodología y volumen de trabajo del estudiante

Descripción

Trabajo individual (sesiones de trabajo supervisadas en las que los estudiantes trabajan en un objetivo común)

Tutoría (período de instrucción en el que interactúan profesor y estudiante con el objetivo de revisar y discutir materiales y temas presentados en clase)

Tutorización y seguimiento de la realización de prácticas en empresas o instituciones (conexión con tutor en empresas de acuerdo con el reglamento de prácticas de la ULL).

Las prácticas externas incluyen tanto las horas realizadas en las empresas/instituciones como las dedicadas a las tutorías académicas y la realización del portafolio.

La oferta de puestos de prácticas quedará condicionada a las necesidades y circunstancias que presenten las empresas/instituciones que participen en este programa formativo, y se regulará a tenor de lo establecido en el reglamento de Prácticas Externas aprobado por la Universidad de La Laguna. la adjudicación de las prácticas se realizará por acuerdo de la Comisión Académica, a propuesta del profesor-tutor académico de las Prácticas, una vez realizada la oferta y tramitadas las solicitudes en conformidad al reglamento y a las competencias y resultados de aprendizaje que se hayan de conformar.

El/la alumno/a deberá cumplir con los requisitos de asistencia a los lugares de realización de las prácticas y a las reuniones con los tutores académicos de las prácticas externas.

Actividades formativas en créditos ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

Actividades formativas	Horas presenciales	Horas de trabajo autónomo	Total horas	Relación con competencias
Realización de trabajos (individual/grupal)	0,00	6,00	6,0	[CB9]
Asistencia a tutorías	4,00	0,00	4,0	[CE10], [CE9], [CE8], [CE7], [CE6], [CE5], [CB10], [CB9], [CB8], [CG4], [CG3], [CG2], [CG1]
Realización de prácticas en empresas e instituciones	215,00	0,00	215,0	[CE17], [CE16], [CE15], [CE14], [CE13], [CE12], [CE11], [CE10], [CE9], [CE8], [CE7], [CE6], [CE5], [CB10], [CB9], [CB8], [CB7], [CB6], [CG6], [CG5], [CG4], [CG3], [CG2], [CG1]
Total horas	219,00	6,00	225,00	
Total ECTS			9,00	

8. Bibliografía / Recursos

Bibliografía Básica

ADECEC: La comunicación y Relaciones Públicas en España. Radiografía de un sector, Ediciones Pirámide, Barcelona, 2002.

GUTIÉRREZ GARCÍA, Elena: Comunicación institucional financiera, Eunsa, Pamplona, 2006.
MOLINA CAÑABATE, Juan Pedro: Introducción a la comunicación institucional a través de Internet, Grupo 5, Madrid, 2011.
ROBLEDO, Miguel Ángel & Agustín MACÍAS CASTILLO (coords.): Comunicación corporativa. Las relaciones con los medios de comunicación, Publicaciones de la Universidad Pontificias, Salamanca, 2009.
XIFRA, Jordi: Teorías y estructura de las Relaciones Públicas, McGraw Hill, Madrid, 2003.

Delponti Macchione, Patricia, Estrategias de notoriedad y gestión de la reputación en redes sociales. (Estudio de caso). En Comunicación e Interactividad. ACCI (Asociación Cultural y Científica Iberoamericana) Madrid, 2014

Delponti Macchione, Patricia, Relaciones Públicas y medios no convencionales(BTL) en la convergencia digital de las empresas. La Pantalla insomne. Cuadernos artesanos de comunicación, 98. La Laguna (Tenerife): Latina, 2015

Bibliografía Complementaria

Otros Recursos

9. Sistema de evaluación y calificación

Descripción

Trabajos/proyectos/memorias/informes (100%)

El trabajo proyecto y/o memoria de las prácticas en empresas incluirá el informe del alumnado sobre las prácticas en la empresa (seguimiento agendado sobre las tareas encomendadas, de comentarios de las tutorías, así como del informe del tutor en la empresa (de acuerdo con el reglamento de prácticas de la ULL).

Estrategia Evaluativa

Tipo de prueba	Competencias	Criterios	Ponderación
Trabajos y proyectos	[CE17], [CE16], [CE15], [CE14], [CE13], [CE12], [CE11], [CE10], [CE9], [CE8], [CE7], [CE6], [CE5], [CB10], [CB9], [CB8], [CB7], [CB6], [CG6], [CG5], [CG4], [CG3], [CG2], [CG1]	El trabajo proyecto y/o memoria de las prácticas en empresas incluirá el informe del alumnado sobre las prácticas en la empresa (seguimiento agendado sobre las tareas encomendadas, de comentarios de las tutorías, así como del informe del tutor en la empresa	100,00 %

10. Resultados de Aprendizaje

RA5 - Realizar diagnósticos sobre la comunicación de las organizaciones, las instituciones y los líderes políticos, sobre el impacto de sus acciones comunicativas y sobre su reputación, mediante la correcta aplicación de las metodologías y técnicas de investigación adecuadas para ello.

RA6 - Formular objetivos y, a partir de ellos, diseñar y ejecutar acciones innovadoras en los distintos aspectos comunicativos

fundamentales de las organizaciones.

RA7 - Planificar y gestionar la comunicación institucional, empresarial y política de forma innovadora, para alcanzar objetivos estratégicos previamente formulados.

RA8 - Aplicar de forma innovadora los conceptos y herramientas básicas de las Relaciones Públicas, para lograr el cumplimiento de sus funciones dentro de una organización.

RA9 - Saber distinguir las herramientas del marketing y aplicarlas de forma innovadora para el logro de los distintos objetivos estratégicos que se planteen en la comunicación de las organizaciones.

RA10 - Desarrollar estrategias de comunicación publicitaria adecuadas para crear y comunicar intangibles vinculados al capital relacional de la organización y generar valor para las marcas.

RA11 - Gestionar y liderar equipos cumpliendo las distintas funciones internas y externas de la dirección estratégica de comunicación de una organización.

RA12 - Planificar, organizar y producir un evento de cualquier naturaleza, en el marco de las Relaciones Públicas de una organización.

RA13 - Gestionar de forma innovadora y creativa las situaciones de crisis de una organización, a través de las distintas herramientas de la comunicación corporativa.

RA14 - Llevar a cabo campañas de comunicación política y electoral, utilizando herramientas innovadoras, tras un proceso de diagnóstico y planificación.

RA15 - Elaborar mensajes informativos y persuasivos, en formato textual, audiovisual y multimedia, que resulten atractivos y comprensibles para los distintos públicos de las organizaciones, con el fin de comunicarles de forma innovadora y efectiva las decisiones de esta.

RA16 - Conocer y saber aplicar las distintas estrategias para gestionar las relaciones con los medios de comunicación de manera eficiente.

RA17 - Conocer los principios de la responsabilidad social corporativa y saber aplicarlos de forma innovadora y acorde a los objetivos estratégicos de la organización.

11. Cronograma / calendario de la asignatura

Descripción

- 1.- Tutoría de inicio y de adjudicación de las plazas de prácticas en empresas
- 2.- Se realizarán a lo largo del cuatrimestre dos tutorías de seguimiento de las prácticas
- 3.- Tutoría próxima a la finalización de las prácticas y para fijar los criterios del trabajo evaluable de las prácticas en empresas.
- 4.- REalización de prácticas en los centros (215 horas)

Segundo cuatrimestre

Semana	Temas	Actividades de enseñanza aprendizaje	Horas de trabajo presencial	Horas de trabajo autónomo	Total

Semana 1:	TUTORÍA DE ADJUDICACIÓN DE PLAZAS DEFINITIVA Y DE INICIO DE LAS PRÁCTICAS	Tutoría e inicio en empresa	25.00	0.00	25.00
Semana 2:	Trabajo en Empresa	Prácticas en empresa	25.00	0.00	25.00
Semana 3:	Trabajo en empresa	Prácticas en empresa	25.00	0.00	25.00
Semana 4:	Trabajo en empresa	trabajo en empresa	23.00	0.00	23.00
Semana 5:	Tutoría de seguimiento y trabajo en empresa	Trabajo en empresa	25.00	0.00	25.00
Semana 6:	Trabajo en empresa	Trabajo en empresa	23.00	0.00	23.00
Semana 7:	Trabajo en empresa y Tutoría de seguimiento iniciación a preparación de la memoria final de prácticas	Trabajo en empresa	25.00	2.00	27.00
Semana 8:	trabajo en empresa		23.00	0.00	23.00
Semana 9:	Tutoría final de preparación de memoria de prácticas y trabajo en empresa	preparación de memoria y trabajo en empresa	25.00	4.00	29.00
Total			219.00	6.00	225.00