



Prácticas profesionales

Grado en Artes Escénicas
2025-26



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Prácticas Profesionales

Titulación: Grado en Artes Escénicas

Curso Académico: 2025/26

Carácter: Prácticas externas

Idioma: Español

Modalidad: Presencial

Créditos: 18

Curso: 3º

Semestre: 2º

Profesor/Equipo docente: Dra. Dña. María del Mar Ramos Rodríguez / Dra. Dña. Victoria Isabel Moreno Gil / Dra. Dña. Virginia Navarro Mangado

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Adquirir criterios para la aplicación de las competencias desarrolladas durante el programa formativo en el ámbito teatral.

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

1.2. Resultados de aprendizaje

El estudiante al finalizar esta materia deberá aplicar de manera práctica los conocimientos adquiridos a través de las materias desarrolladas en el plan de estudios del título.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Los estudiantes deben haber superado el 50% de los créditos necesarios para obtener el título universitario cuyas enseñanzas estuviesen cursando.

2.2. Descripción de los contenidos

Prácticas externas en empresa: realización de prácticas formativas profesionales en empresas o instituciones relacionadas con sus estudios universitarios, tutorizadas por un tutor designado por la empresa y por un profesor de la Universidad perteneciente al Grado en Artes Escénicas, que llevará un seguimiento académico, garantizando así la transferencia de los conocimientos teóricos adquiridos en el grado al trabajo profesional y su adecuada evaluación.

2.3. Actividades formativas

Evaluación de capacidades profesionales (95%): 427,5 h – 0% presencialidad
Tutorías: 5%. 22,5h – 50% presencialidad

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

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.

3.2. Criterios de evaluación

Prácticas tutorizadas desde la Universidad (tutor académico) y desde la empresa (tutor empresarial).

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 de realización de prácticas formativas. (20%-20%)
- Informe de Finalización de Prácticas Formativas. (80%-80%)

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.

4. BIBLIOGRAFÍA

https://www.nebrija.com/la_universidad/transparencia/pdf/procedimiento_realizacion_practicasExternas.pdf
http://www.nebrija.com/vida_universitaria/practicas/index.php

5. DATOS DEL TUTOR ACADÉMICO DE PRÁCTICAS DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES

Nombre y Apellidos	Dra. Dña María del Mar Ramos Rodriguez
Departamento	Artes
Titulación académica	Doctora en Bellas Artes y Licenciada en Ciencias de la Información (Imagen y sonido)
Área especialización	Diseño Gráfico
Correo electrónico de la Universidad Nebrija	mramos@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora p or email
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<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).</p> <p>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 en numerosas publicaciones.</p> <p>En la Universidad Nebrija imparte docencia desde 1998 en programas de grado y postgrado en las áreas de Comunicación Audiovisual, Periodismo y Publicidad al tiempo que lo compagina con proyectos gráficos y audiovisuales para empresas e instituciones.</p>
	<p>Investigación aplicada</p> <ul style="list-style-type: none"> • Terrón, J.L., Peñafiel, C., Catalán D. y Ramos M. (ed.) (2021) Comunicación y promoción de la Salud en la era digital. Madrid: Dykinson. • Cachán, C. y García, M. (2020) La comunicación de anticipación al servicio de la salud. Editora. Madrid: Thomson Reuters Aranzadi • 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.

	<ul style="list-style-type: none"> • 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 pre-profesional 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.
--	--

Nombre y Apellidos	Dra. Dña. Victoria Isabel Moreno Gil
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Doctora acreditada
Correo electrónico	vmorenog@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Previa petición por mail o después de cada sesión
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	Doctora en Periodismo y licenciada en Periodismo y Comunicación Audiovisual. Su trayectoria profesional está ligada a la docencia y al ejercicio del periodismo en distintos medios de comunicación como redactora: principalmente en televisión (El Mundo TV, Intereconomía), pero también en radio (Cadena Ser), agencia de noticias (EFE) y medios digitales. Asimismo, cuenta con una dilatada experiencia en la cobertura de eventos mediáticos, elaboración de guiones y reportajes audiovisuales como freelance. Combina su labor docente con la de investigadora en el campo de la ética periodística y la alfabetización mediática. Ha participado como ponente en distintos seminarios académicos y, recientemente, ha realizado

	una estancia postdoctoral en calidad de profesora visitante. En el marco de la educación no formal, ha impartido clases de Inglés y de Lengua y Literatura.
--	---

Nombre y Apellidos	Dra. Dña. Virginia Navarro Mangado
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Doctora en Ciencias de la Información
Correo electrónico	vnavarro@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
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación	<p>Doctora en Comunicación Audiovisual y Publicidad por la Universidad Complutense de Madrid. Desde 1992 ha desarrollado su actividad profesional como Consultora de Comunicación, especialista en Procesos de Influencia para diversas instituciones entre las que destacan el Ministerio de Defensa (ISFAS), Instituto de Empresa, Ilustre Colegio de Abogados de Madrid, Visa Citibank España, American Express, Ayuntamiento de Cuenca, Cepsa, NH Hoteles, Unión Fenosa, Telefónica de España, Instituto Vasco de Administraciones Públicas, Grupo Popular, Santa Lucía Seguros, Laboratorios Wyeth, Morgan Stanley, Antena 3, Iberia, Grupo Cortefiel, Sage, DHL, Crédito y Caución o la Junta de Extremadura.</p> <p>También fue directora de Comunicación, Marketing y Recursos Humanos en Security World Wide, S.L.: Diseño, organización y ejecución de las estrategias de comunicación de los espacios dedicados a organización de eventos y espacios de ventas temporales.</p> <p>Como docente diseña e imparte programas formativos en grados y postgrados universitarios (Universidad Nebrija y UCM) y ciclos técnicos superiores (Cámara de Comercio de Madrid) y en su labor investigadora destaca su tesis doctoral (2015) <i>“La incidencia de las campañas electorales en la construcción de la imagen de los hospitales. Las crisis en los hospitales madrileños.”</i></p> <p>En la actualidad dirige el Máster de Marketing y Publicidad Digital Intake de la Universidad Nebrija.</p>