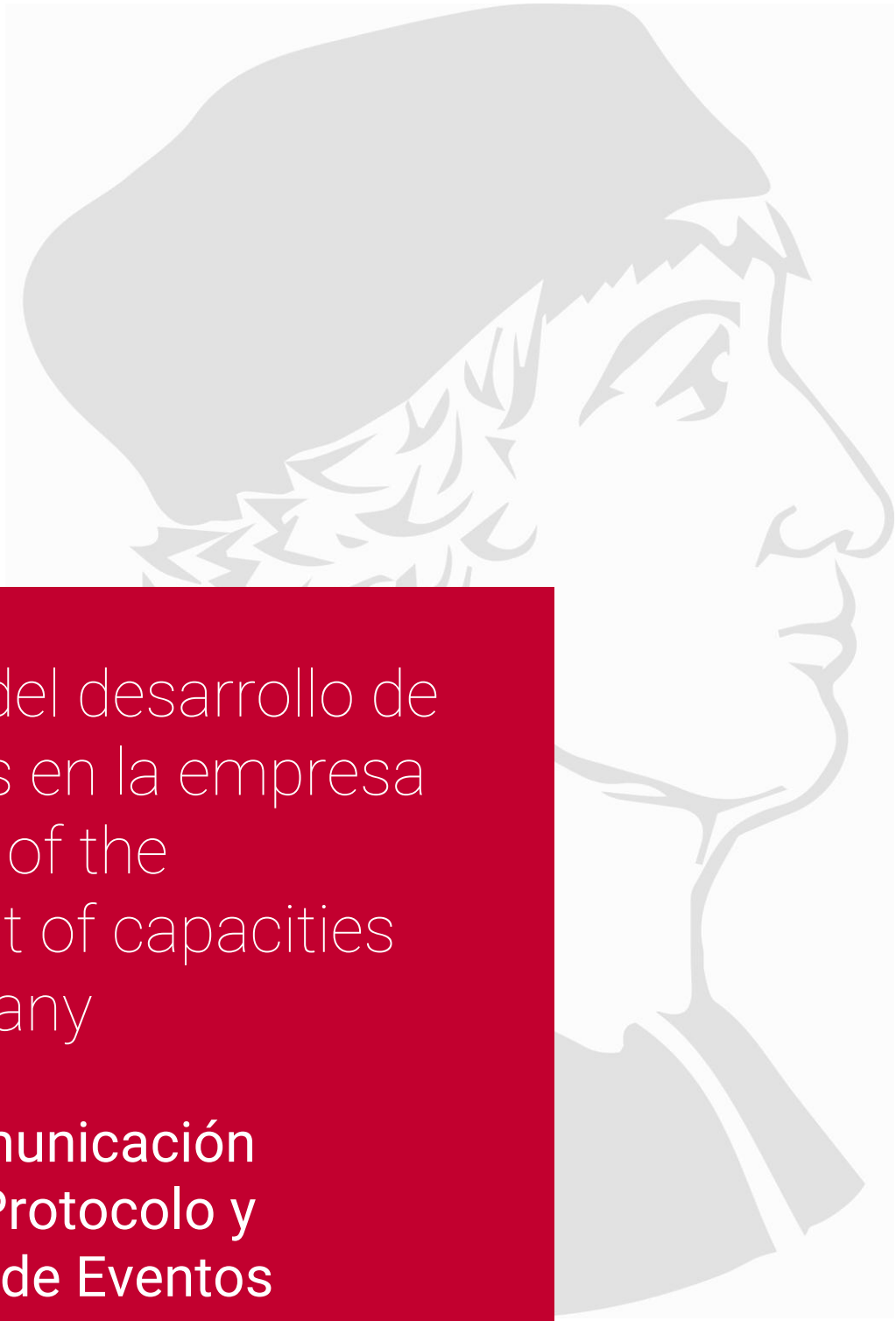

Evaluación del desarrollo de capacidades en la empresa / Evaluation of the development of capacities in the company

Grado en Comunicación Corporativa, Protocolo y Organización de Eventos 2026-27

UNIVERSIDAD NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Evaluación del desarrollo de capacidades en la empresa / Evaluation of the development of capacities in the company

Titulación: Grado en Comunicación Corporativa, Protocolo y Organización de Eventos

Curso Académico. 2026-27

Carácter: Optativa

Idioma: Español / inglés

Modalidad. Presencial / virtual

Créditos: 18

Curso: 3º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: D. Ángel Zaragoza García

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

1.1. Competencias

- 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.
- Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito.
- Utilizar el ingenio y desarrollar la creatividad e innovación.
- Demostrar la capacidad para trabajar en equipo, desarrollando las relaciones interpersonales.
- Manejar correctamente las nuevas tecnologías de la comunicación.
- Demostrar la capacidad de adaptación en entornos cambiantes, especialmente en el ejercicio de la organización de eventos.
- Aplicar los conocimientos y las competencias adquiridas durante el desarrollo del programa formativo con resolución y eficacia.
- Aplicar de manera práctica los conocimientos adquiridos en el programa formativo durante el desarrollo de la actividad profesional.

1.2. Resultados de aprendizaje

Conocimiento de la actividad profesional propia del ámbito de la Comunicación.

2. CONTENIDOS

2.1 Requisitos previos

Ninguno.

2.2 Breve descripción de los contenidos

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 Comunicación Corporativa, Protocolo y Organización de Eventos, que llevará un seguimiento académico, garantizando así la transferencia de los conocimientos teóricos adquiridos en el grado al trabajo profesional y su adecuada evaluación. Ambos tutores participarán en la evaluación de las prácticas.

Professional educational internships in companies or institutions related with their university studies, supervised by a tutor appointed by the company and a University professor belonging to the Degree in Corporate Communication, Protocol and Event Organization, who shall carry out an academic monitoring, ensuring the transfer of the theoretical knowledge acquired in the degree to the professional work and its appropriate assessment

2.3 Actividades formativas*

- Trabajo personal del alumno: 95% (427 h.
- Tutorías: 3,5% (15,75 h)
- Evaluación: 1,5% (6,75 h.)

*Válido para las diferentes modalidades de enseñanza.

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1 Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) 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

Sistemas de evaluación:

- Certificado empresarial e Informe de la empresa: 80%-80%
- Informe de autoevaluación del alumno: 20-20%

Convocatoria Ordinaria

Se considerarán para la convocatoria ordinaria todas aquellas prácticas que reúnan el total de horas establecidas para la asignatura y cuyos informes sean remitidos por el alumno con fecha límite el 30 de septiembre del curso matriculado. Para el caso de las prácticas externas, el alumno podrá reunir el total de horas en un único periodo de prácticas en empresas o en varios periodos o empresas/instituciones.

La asignatura tiene carácter anual, con una única convocatoria por curso académico.

*Válido para las diferentes modalidades de enseñanza.

3.3 Restricciones

Calificación mínima
Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. Asimismo, será potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

Asistencia
El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura
Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas, proyectos y exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4 Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros…), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. Su uso no puede ser indiscreminado. El plagio, que debe demostrarse, es un delito. En caso de detectarse este tipo de prácticas se considerará falta grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del alumno.

3.5. Uso de la IA

La adopción de herramientas de IA debe basarse en un enfoque transparente, responsable, ético y seguro, que fomente el desarrollo de competencias digitales en el estudiantado:

- El profesor incluirá en cada actividad formativa que lo precise, si se contempla el uso de IA Generativa, con qué objetivo y los requisitos de aplicación de esta.

- Es responsabilidad del estudiante mostrar una conducta transparente, ética y responsable con el uso de IA Generativa, y adaptarse a los criterios de aplicación y evaluación dictados por el profesor en cada actividad.

La detección de cualquier conducta fraudulenta con respecto al uso de IA Generativa, no atendiendo a las indicaciones del profesorado, aplicará las sanciones previstas en el Reglamento Disciplinario.

4. BIBLIOGRAFÍA

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

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	D. Ángel Zaragoza García
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid. Máster en Internet Business por ISDI.
Correo electrónico	azaragoza@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora después de clase o por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	Licenciado en CC de la Información por la UCM y Máster en Internet Business por ISDI. Su carrera profesional se ha desarrollado en el área del emprendimiento digital y la consultoría de marketing, simultaneando proyectos en empresas del sector. Es director de Marketing online de la agencia Zeta Punto Comunicación, donde también ha dirigido proyectos de ecommerce como la tienda del concesionario Audi, VW, Skoda, F.Tomé, Laboratorios Farmasierra, Conserva Selección, Gafas de Sol Store, Alex and Ani, etc Fuerte especialización en Apps Mobile con Realidad Aumentada en la empresa Pangea Reality, en la que ha sido responsable de la Dirección Comercial y donde implementa desarrollos móviles B2B, B2E y B2C para clientes como Coca Cola, Bankia, Seat, Grunding, entre otros. Últimos proyecto: Servicios de Markerting Chatbot en el entorno de Meta. SEO e inteligencia artificial.