



Prácticas Externas

**Máster Universitario en
Comunicación política y Gestión
de crisis y emergencias
2026-27**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Prácticas externas

Titulación: Máster Universitario en Comunicación política y gestión de crisis y emergencia

Curso académico: 2026-27

Carácter: Optativa

Idioma: Español

Modalidad: Presencial / A distancia

Créditos: 6

Curso: 1º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Dña. Dra. Virginia Navarro Mangado / Dña. Dra. Mar Ramos Rodríguez

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias generales

- Utilizar el trabajo en equipo de forma eficaz en el contexto de la comunicación política y gestión de crisis y emergencias.
- Controlar las herramientas digitales necesarias para las estrategias en procesos electorales, situaciones de crisis y emergencias de empresas privadas, instituciones públicas y organizaciones no gubernamentales.
- Manejar las habilidades de comunicación oral y escrita para desarrollar de forma eficaz presentaciones de proyectos de comunicación política y gestión de crisis y emergencias.

1.2 Competencias básicas

- ☐ 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.
- 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 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.
- 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.
- 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.

1.3 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

Haber superado todas las asignaturas.

2.2. Descripción de los contenidos

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

2.3. Actividades formativas

Modalidad Presencial:

Código	Actividad formativa	Horas	Porcentaje de presencialidad
AF3	Tutorías	5	50%
AF5	Evaluación de capacidades profesionales	145	100%
		150	

Modalidad A distancia

Código	Actividad formativa	Horas	Porcentaje de presencialidad síncrona
AF3	Tutorías	5	0%
AF5	Evaluación de capacidades profesionales	145	100%
		150	

2.4. Metodología docente

Código	METODOLOGÍA DOCENTE	DESCRIPCIÓN
MD6	Documentación e investigación	Elaboración de informes en los que el alumno debe recurrir a documentación específica, recursos bibliográficos, recopilación de datos, análisis de estudios e informes, etc., para la redacción de documentos y explicación de conclusiones.
MD7	Aprendizaje instrumental:	Aprendizaje a través del uso de herramientas específicas para el ejercicio profesional.

Modalidad presencial: MD6; MD7

Modalidad presencial: MD6; MD7

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 tutoradas 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:

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Certificado empresarial de realización de prácticas formativas	40%
Informe de Finalización de prácticas formativas realizado por el alumno	60%

3.3. Restricciones

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los 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. Uso de 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	Dra. Dña. Dra. Virginia Navarro Mangado
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Doctora en Comunicación Audiovisual y Publicidad
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	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. También es 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. Como docente ha diseñado e impartido 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) "La incidencia de las campañas electorales en la construcción de la imagen de los hospitales. Las crisis en los hospitales madrileños."

Nombre y Apellidos	Mar Ramos Rodríguez
Departamento	Comunicación
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 por email
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	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 en numerosas publicaciones. 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. <u>Investigación aplicada</u> - Hernández, A., Ramos, M. y Gordo, P. (2024) La fusión de elementos virtuales y digitales en el entorno físico: bienvenido al concepto de <i>phygital</i> en Experiencias inmersivas. Realidad virtual y realidad aumentada en periodismo, publicidad y artes. Herrero, M., Jiménez, C. y Pérez, S. (Coord.) Madrid: Tirant Humanidades. - Ramos-Rodríguez, M., Sánchez-Serrano, D. y Toledano Cuervas-Mons, F. (Coord) (2024) <i>Muy Tocados. Historia del festival universitario Jóvenes Tocados por la Publicidad</i>. Madrid: Tirant Humanidades - González, M. y Ramos, M. (2023) <i>La historia del Festival de Cortos AdN. Nacimiento, asentamiento y consolidación</i> en XX AdN. La historia del festival de cortos más longevo de España. Gago, R., Saavedra, M. y Grijalba, N. (Coord.) Madrid: Tirant Humanidades. - Ramos, M. Toledano, F. y Sánchez, A. (2022) <i>Identidad gráfica y estrategia publicitaria en las series españolas</i> en La nueva edad de oro de las series de ficción en España: mercado, narrativas y públicos. en Gago, R., Saavedra, M. y Grijalba, N. (Coord.) Madrid: Tirant Humanidades - González, M., Mora, V. y Ramos-Rodríguez, M. (2022) <i>Aprendizaje adaptativo y educación para la diversidad: propuestas para un modelo de enseñanza personalizado en la educación superior</i> en Aprendizaje personalizado y <i>education maker</i>. Von Feigenblatt, O.F., Peña-Acuña, B. y Cardoso-Pulido, M.J. (Eds.). Madrid: Octaedro. - Terrón, J.L., Peñafiel, C., Catalán D. y Ramos M. (ed.) (2021)

	<i>Comunicación y promoción de la Salud en la era digital.</i> Madrid: Dykinson. - Cachán, C. y García, M. (2020) <i>La comunicación de anticipación al servicio de la salud.</i> Editora. Madrid: Thomson Reuters Aranzadi - Cachán, C. y Ramos, M. (2017) <i>Estrategias de éxito para comunicar salud.</i> Madrid: Dykinson. - Herrero, M., Ramos, M y Santos, J. (2016) <i>Evolución de los perfiles profesionales en los nuevos modelos de documentales.</i> Tendencias en el ecosistema mediático. Madrid: Dykinson. - Perlado, M. y Ramos, M. (2016) <i>Festival Jóvenes Tocados por la Publicidad. Claves de un proyecto pre-profesional de innovación.</i> Tendencias en el ecosistema mediático. Madrid: Dykinson. - Ramos M. y Santos, J. (2016) <i>La evolución del cine documental: de producto audiovisual a interactivo</i> en Costa, A. y Capucho, R. (coord.) <i>Avanca Cinema International Conference 2016.</i> Avanca: Cine-Clube de Avanca Edicoes. - Ganovic, I., Grijalba, N. y Ramos, M. (2016) <i>La audiencia social en la ficción nacional: De los Tele Rodríguez a El Ministerio del tiempo.</i> Audiencia social. En <i>Estrategias de comunicación para medios y marcas.</i> Madrid: Síntesis. - Ramos, M. (2016) <i>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.</i> [Tesis doctoral] Universidad Complutense de Madrid. - Ramos, M. (2014). <i>El método del proyecto en los estudios de grado en Comunicación Audiovisual. El Festival de Cortos AdN como ejemplo aglutinador de competencias.</i> 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) <i>Nuevas capacidades y perfiles profesionales en el sector audiovisual y publicitario: hacia la formación en competencias</i> en Últimos estudios sobre Publicidad: de “Las Meninas” a los tuits. Sheila Liberal y Piedad Fernández (Coord.). Madrid: Fragua. - Ramos, M. (2013) <i>Festival de Cortometrajes AdN: Una fórmula de éxito para la adquisición de competencias</i> en Nuevas perspectivas modales para la enseñanza superior. José Rodríguez Terceño (Coord.). Madrid: Visión Libros.
--	--