



Prácticas externas

**Máster de Formación
Permanente en Creación de
programas de entretenimiento
2025-26**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Prácticas externas

Titulación: Máster de Formación Permanente en Creación de programas de entretenimiento

Curso Académico: 2025-26

Carácter: Obligatoria

Idioma: Español

Modalidad: Presencial

Créditos: 4

Curso: 1º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Dra. Dña. Mar Ramos Rodríguez

1. COMPETENCIAS

El objetivo es que los alumnos 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 aspectos políticos, sociales, económicos y éticos.

Sepan aplicar los conocimientos adquiridos y hayan desarrollado una gran capacidad para solucionar problemas y realizar tomas de decisión relacionadas con la búsqueda de noticias en entornos poco conocidos, en condiciones de tiempo limitado y de alta presión por alcanzar resultados.

Sepan aplicar los conocimientos adquiridos y hayan desarrollado una gran capacidad para solucionar problemas y realizar tomas de decisión relacionadas con el tratamiento periodístico de las noticias en el Medio Radio en condiciones de tiempo limitado y alta presión por alcanzar resultados.

Sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro, atractivo y adaptado a las características específicas del audio.

Sepan aplicar los conocimientos adquiridos y desarrollen una gran capacidad de desarrollar su trabajo profesional y académico en entornos mediáticos y sociales que están sufriendo una evolución constante, impulsada por el avance y la difusión de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación.

Tengan una gran capacidad de trabajo en equipo y dominen con suficiencia la gestión de la diversidad.

Hayan desarrollado una gran sensibilidad en el desarrollo de su trabajo profesional y/o académico dentro del respeto a la normativa vigente tanto a nivel español como europeo, a los códigos de buenas prácticas, a los criterios de autocontrol, impulso de la igualdad de la mujer, de las personas discapacitadas, de la protección de la infancia y, en general, a los principios que se contienen en la Constitución Española y a los valores propios de la Cultura de la Paz.

Conocimiento avanzado de la aplicación de las técnicas y procesos de producción y difusión en radio y podcasting, en sus diversas fases, desde el punto de vista de la organización y gestión de los recursos técnicos, humanos y presupuestarios.

Profundización en la capacidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa en la lengua española de manera oral y escrita, con dominio de los recursos lingüísticos y literarios más adecuados al medio sonoro.

Dominio de la capacidad de resumen de textos y documentos especializados de temas relevantes, mediante la utilización de un lenguaje periodístico adaptado al audio.

Capacidad para la utilización avanzada de técnicas y procesos en las diversas fases de la construcción de la producción multimedia y materiales interactivos.

Conocimiento profundo de las estructuras organizativas existentes en el campo de la comunicación y de la naturaleza e interrelaciones entre los sujetos de la comunicación.

Conocimiento profundo de la ética y deontología profesional así como del conocimiento avanzado del ordenamiento jurídico de la información en lo que afecta a la práctica profesional del periodista.

Dominio de los diferentes mecanismos y elementos de la construcción de noticias, reportajes y documentales en radio, atendiendo a diferentes formatos, tecnologías y soportes de producción.

Conocimiento profundo de las aplicaciones y recursos tecnológicos disponibles para crear, construir y analizar productos audiovisuales. Incluye el diseño y desarrollo de estrategias para una comunicación veraz.

Conocimiento profundo del entorno social y profesional para adaptarse a los cambios tecnológicos y empresariales propios del sector.

Dominio del estilo periodístico en radio, en los aspectos relacionados con su estructura, géneros, técnicas, fuentes, y condiciones que caracterizan la información, la interpretación y la opinión sobre acontecimientos en este medio específico.

Conocimiento especializado de la obtención de información de actualidad, de su valoración y desección, de la interpretación de los hechos conocidos y su posterior tratamiento para la difusión adecuada del mensaje en radio.

Capacidades y habilidades avanzadas a nivel de usuario de los sistemas y recursos informáticos y de sus aplicaciones interactivas en el medio radiofónico, en podcast y en entornos multimedia

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Descripción de los contenidos

La realización de un periodo de prácticas en empresas del sector de la comunicación, tiene también varios objetivos. Por una parte, intenta servir de puente al alumno entre la experiencia vital de un estudiante y la del desempeño de un puesto de trabajo en el sector del audio. Por otra parte, sirve de campo de experiencia para la aplicación de los conocimientos adquiridos y para observar en la realidad como se desarrolla la aplicación de dichos conocimientos por profesionales de mucha mayor experiencia. El alumno tiene un tutor en la Universidad al cual puede acudir para cualquier resolución o duda de cualquier problema que se plantee. El tutor está en contacto con los responsables de la empresa en la que el alumno desarrolla su periodo de prácticas. A la finalización de dicho periodo, la empresa emite un informe de evaluación del desempeño del alumno, al mismo tiempo que el alumno tiene que escribir una memoria sobre su actividad durante las prácticas. La Universidad dispone de un departamento especializado denominado Departamento de Carreras profesionales (DCP), que se responsabiliza de la gestión y administración de las prácticas externas. El tutor académico de prácticas del alumno y el coordinador de la titulación están en contacto constante con el DCP para facilitar la realización del periodo de prácticas externas

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 Departamento de Carreras Profesionales.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Desempeño del alumno evaluado por la empresa de acogida	80%
Informe realizado por el alumno	20%

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.

4. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dra. Dña. Mar Ramos Rodríguez
Departamento	Comunicación
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).</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 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.</p> <p>Investigación aplicada:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 preprofesional 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.
---	---

¹ La Facultad Comunicación y Artes de la Universidad Nebrija aprobó en Junta de Facultad de fecha 4 de julio de 2013 unificar los criterios de evaluación en aquellas asignaturas comunes entre distintos programas. Con ello, la Facultad de Comunicación y Artes pretende mejorar la coordinación horizontal en las titulaciones y homogeneizar las características de las materias y requisitos solicitados al alumno