



Prácticas externas

Máster Universitario  
en Marketing y  
Publicidad Digital  
2022-23



UNIVERSIDAD  
NEBRIJA

## GUÍA DOCENTE

**Asignatura:** Prácticas externas

**Titulación:** Master Universitario en Marketing y Publicidad Digital

**Curso académico:** 2022-23

**Carácter:** Obligatoria

**Idioma:** Castellano

**Créditos:** 4

**Curso:** 1º

**Semestre:** 2º

**Profesores/Equipo Docente:** Dra. María de Mar Ramos Rodríguez / Ángel Zaragoza García

### 1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

#### Competencias generales:

CG9.- Demostrar haber adquirido las competencias generales y específicas del programa.

CG10.- Aplicar en la práctica los conocimientos adquiridos en el programa durante el desarrollo de la actividad profesional.

#### Competencias específicas:

CE18.- Saber planificar e implementar un plan integral de comunicación digital.

CE19.- Saber comunicar y presentar los temas relativos a sus áreas específicas de conocimiento en entornos profesionales, académicos, científicos y ante la sociedad en general.

### 2. CONTENIDOS

#### 2.1. Requisitos previos

Haber cursado o estar cursando las restantes materias.

#### 2.2. Descripción de los contenidos

Prácticas laborales en empresas: 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 una productora audiovisual, emisora de televisión o empresa auxiliar a la producción audiovisual. Por otra parte, sirve de campo de experiencia para la aplicación de los conocimientos adquiridos y para observar en la realidad cómo 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 sobre el desempeño del alumno, al mismo tiempo que el alumno tiene que escribir un informe sobre su actividad durante las prácticas. La Universidad dispone de un departamento especializado denominado Centro de Asesoramiento Profesional (CAP) que se responsabiliza de la gestión y administración de las prácticas externas. El tutor del alumno y el coordinador de la titulación están en contacto constante con el CAP para facilitar la realización del periodo de prácticas externas. Cabe destacar que la realización de las prácticas externas se desarrollará durante la segunda mitad del plan de estudios.

#### 2.3. Actividades formativas y tecnología

- Prácticas externas y trabajo personal del alumno: 3,8 ECTS (95%)
- Tutorías y evaluación: 0,2 ECTS (5%).

### 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)

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

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:

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

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.- DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Mar Ramos Rodríguez
Departamento	Artes
Titulación académica	Doctora en Bellas Artes y licenciada en Ciencias de la Información (Imagen y sonido)
Correo electrónico	mramos@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa.
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"> <li>- Cachán, C. y Ramos, M. (2017) Estrategias de éxito para comunicar salud. Madrid: Dykinson.</li> <li>- 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.</li> <li>- 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.</li> <li>- 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.</li> <li>- 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.</li> <li>- 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.</li> <li>- 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.</li> <li>- 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.</li> <li>- 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.</li> </ul>
---	---

Nombre y Apellidos	Ángel Zaragoza García
Departamento	Publicidad y Marketing
Titulación académica	Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas
Correo electrónico	azaragoza@nebrija.es
Localización	Campus de Joaquín María López. Sala de Profesores
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.	<p>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.</p> <p>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</p> <p>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.</p> <p>Último proyecto: MMC, centrada en ofrecer servicios de Marketing Chatbot en el entorno de Facebook.</p>