



Prácticas externas
Master Universitario
en Marketing y
Publicidad Digital



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Prácticas externas

Titulación: Master Universitario en Marketing y Publicidad Digital

Carácter: Obligatoria

Idioma: Castellano

Créditos: 4

Curso: 1º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Prof. D. Angel Zaragoza/Dra. Begoña Miguel San Emeterio

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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.

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)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

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	Begoña Miguel San Emeterio
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Master en Marketing y Comunicación digital Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas
Correo electrónico	bmiguel@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa. Sala de Profesores. Departamento de Publicidad.
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 Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Máster en Marketing y Comunicación Digital y en Dirección de Marketing digital UTP Universitá, Pegaso Nápoles (Italia). Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid. Estudia en la Escuela de Organización Industrial (EOI) de Madrid en Consolidación de Empresas de Base Tecnológica y en Innovación en Ideas de Negocio y Especialización de Desarrollo de Negocio y Aceleración de Empresas de Base Tecnológica. Actualmente Doctoranda en la Universidad Complutense de Madrid.</p> <p>Fundó El Taller, agencia de Marketing y Publicidad vinculada al sector ocio y entretenimiento, dirigiendo cuentas internacionales como Universal Pictures y Dreamworks y trabajando para Sony Pictures, Aurum o Paramount Pictures.</p> <p>Muy vinculada al sector del emprendimiento tecnológico, en 2009 funda la Organización de Emprendedoras Tecnológicas Ellas 2.0. Ha sido organizadora de Founder Friday Madrid y Startup Weekend Barcelona y Madrid. Ha estado involucrada como consultora y fundadora en diversas startups.</p> <p>Actualmente es Directora del Máster Universitario en Marketing y Publicidad Digital IAA y del Master de Planificación Estratégica de Medios Publicitarios Carat y Profesora en la Facultad de Comunicación en grado y posgrado de Marketing online, Comunicación digital, Mobile Marketing y nuevas tendencias de marketing y Herramientas TIC.</p> <p>Entre sus investigaciones, se encuentran:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Andueza, B., Miguel B. & Arozamena, R. (2015). # Podemos. <i>La influencia del uso de las redes sociales en la política española</i>. Madrid: Dykinson. - Perlado, M. & Miguel, B. (2017). El creativo publicitario en la era digital. Recapitulación. En: M. Perlado, F. Toledano & B. Miguel. (Eds.), <i>El creativo publicitario en la era digital: nuevos roles y destrezas profesionales</i>, (pp.143-152) Madrid: Síntesis. - Toledano, F., Miguel, B. (2015). <i>Herramientas de marketing de contenido para la generación de tráfico cualificado online</i>. Opción, 31(4). - Toledano, F., Miguel, B. y Grijalba, N. (2017). La transformación de la industria publicitaria: nuevos perfiles y competencias del creativo publicitario. En: C. Cachán & M. Perlado (Eds.) <i>Competencias y perfiles profesionales en el ámbito de la comunicación</i>, (pp., 329-338). Madrid: Dykinson. - Toledano, F., Miguel, B., De Miguel, M. (2016). <i>TIC actualizadas para una nueva docencia universitaria (739-749)</i>. Editorial McGraw Hill.
---	--

Nombre y Apellidos	Ignacio Somalo Peciña
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Doctor en Economía Aplicada
Correo electrónico	isomalo@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa. Sala de Profesores
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>Doctor en Economía Aplicada por la Universidad Rey Juan Carlos (2009) donde ha investigado sobre los factores claves de éxito del comercio electrónico en España. Executive MBA por el Instituto de Empresa (2001), Licenciado en CC económicas (Universidad Complutense de Madrid 1993).</p> <p>Autor del libro “Todo lo que hay que saber de marketing online y comunicación digital”. Coautor del libro “El libro del comercio electrónico” (Ed Esic) y miembro del comité ejecutivo y tesorero de aDigital (Asociación Española de la Economía Digital). Profesor asociado y colaborador de diferentes universidades y escuelas de negocio de reconocido prestigio.</p> <p>Autor del blog: www.nachosomalo.com y en twitter @nachosomalo.</p> <p>Emprendedor, fundador de Lonesome Digital desde donde actualmente ayuda a diversos proyectos y emprendedores con el desarrollo de sus proyectos, procesos de innovación, transformación digital y comercio electrónico. Cofundador de Alice.com en España ocupó las responsabilidades de presidente para el mercado europeo, consejero y vicepresidente ejecutivo. Nacho Lleva más de quince años dedicado al comercio electrónico. Ha dirigido casadellibro.com, Planeta eCommerce Network (DVDgo.com, tienda online oficial del Real Madrid, Centrodeltvideojuego.com,...), El armario de la tele, Infoempleo.com. Ha sido o es consejero en diversos proyectos, entre otros: Muchoviaje.com, ociocrucero.com, Playthe.net, Brainsins,... Previamente desarrolló carrera de consultoría en Teknoland Real Time Team (director de desarrollo de negocio) y en Accenture. Colabora en diversas asociaciones sectoriales y es miembro de la junta directiva y comité ejecutivo de aDigital.</p>