



Prácticas Académicas  
Externas

**Máster Universitario en  
Mercados del Arte y Gestión  
de Empresas Relacionadas  
2025-26**



UNIVERSIDAD  
**NEBRIJA**

## GUÍA DOCENTE

**Asignatura:** Prácticas Académicas Externas

**Titulación:** Máster Universitario en Mercados del Arte y Gestión de Empresas Relacionadas

**Curso Académico:** 2025-26

**Carácter:** Obligatoria para el perfil profesional

**Idioma:** Español

**Modalidad:** Presencial

**Créditos:** 4 ECTS

**Módulo:** 3º

**Curso:** 1º

**Coordinador de prácticas:** D. Luis Gárciga Romay / Dra. M<sup>a</sup>. Mar Ramos Rodríguez / Dra. Victoria Isabel Moreno Gil

### 1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

#### Competencias generales

##### 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.

##### Competencias generales

- El alumno debe adquirir conocimientos actualizados de las distintas áreas funcionales de una empresa y de su interacción para la consecución de objetivos.
  - El alumno debe dominar las técnicas suficientes que le permitan obtener y analizar información, evaluar su relevancia y validez, sintetizarla y adaptarla al contexto.
  - El alumno debe ser capaz de entender de forma sistemática la información relevante, su contexto y cómo aplicarla a situaciones complejas, tomando decisiones y teniendo en cuenta cómo afecta a terceros.
  - El alumno debe ser capaz de tratar situaciones complejas e impredecibles de forma sistemática y creativa, con juicio crítico, con información incompleta, asumiendo riesgos, tomando decisiones y comunicándolas a cualquier tipo de audiencia.
-

- El alumno debe ser capaz de comunicarse correctamente tanto oralmente como por escrito, utilizando la tecnología más actual.
- El alumno debe ser capaz de actuar de forma autónoma en la planificación e implementación de proyectos y decisiones.
- El alumno debe ser capaz de desempeñar diferentes roles dentro de un equipo, en particular el de líder.
- El alumno debe ser capaz de reconocer la necesidad del cambio y debe tener la habilidad necesaria para gestionarlo.
- El alumno debe ser capaz de actuar de forma autónoma en un marco de libertad responsable.
- El alumno debe ser capaz de aportar valor mediante su creatividad y participación.

#### Competencias específicas

- Comprensión del entorno del mercado del arte y del papel de los distintos agentes
  - Dominio de las herramientas del Management para la acción directiva en empresas relacionadas con el mercado del arte
  - Capacidad para comprender el entorno jurídico de la actividad relacionada con la gestión y el mercado del arte.
  - Capacidad de tasar obras de arte en coherencia con el valor intrínseco y con los precios de mercado.
  - Capacidad, a partir del conocimiento de las dinámicas y del papel de los distintos agentes del mercado del arte, de desarrollar criterios de actuación ante nuevas situaciones y escenarios.
  - Capacidad de diseño, implantación y evaluación de proyectos artístico-culturales tales como exposiciones, festivales, premios y eventos.
  - Capacidad de dirigir empresas relacionadas con el mercado primario y secundario del arte.
  - Capacidad de identificar y obtener recursos disponibles para la financiación de productos culturales.
  - Capacidad de gestión rentable de empresas o proyectos artísticos.
  - Capacidad de elaborar presupuestos, así como de análisis de los estados financieros y de control presupuestario.
  - Capacidad de definir objetivos, políticas y estrategias para la empresa, así como los procesos de seguimiento y control de las mismas.
  - Capacidad de desarrollar planes de marketing coherentes con los objetivos estratégicos.
  - Capacidad de descubrimiento y reconocimiento del valor artístico.
  - Capacidad de evaluación de la responsabilidad cultural de las acciones desarrolladas en empresas artísticas
  - Capacidad de comunicación eficaz, de forma oral o escrita, del valor percibido en las obras de arte, así como de los objetivos y contenidos de los proyectos artístico-culturales.
  - Dominio de las posibilidades de la comunicación como herramienta de marketing de productos artísticos.
  - Dominio de las habilidades de negociación y venta aplicables en el mercado del arte.
  - Dominio de las herramientas de investigación relacionadas con el mercado del arte.
  - Capacidad de crear redes profesionales.
  - Capacidad de realizar estudios de mercado orientados a la definición de la estrategia empresarial.
  - Capacidad para integrar operativamente las diferentes áreas funcionales aprendidas en el Máster. Todo ello desde la perspectiva de la elaboración de un Plan de Negocio, así como para el desarrollo de una visión global de la empresa.
  - Capacidad para simular la actividad empresarial.
  - Capacidad de coordinación de los aspectos más relevantes del sector.
  - Capacidad para desarrollar un proyecto de negocio sostenible.
  - Capacidad para obtener, analizar y evaluar información relevante en el sector.
  - Capacidad para implementar en la práctica los conocimientos adquiridos en las materias fundamentales.
-

## 2. CONTENIDOS

### 2.1. Requisitos previos

Haber cursado o estar cursando las restantes materias.

### 2.2. Descripción de los contenidos

La realización de un periodo de prácticas en empresas 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 empresa. 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 evaluatorio del 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 Departamento de Carreras Profesionales (DCP) 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 DCP para facilitar la realización del periodo de prácticas externas.

### 2.3. Actividades formativas

Prácticas externas: El alumno puede realizar unas prácticas acreditadas en empresa, para intensificar el enfoque práctico y profesional del programa, y para desarrollar adecuadamente los conocimientos y habilidades planteadas. (100 horas)

## 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

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:

---

Convocatoria Ordinaria:

Prácticas externas en empresa

- |   |   |     |
|---|---|-----|
| - | Desempeño del alumno evaluado por la empresa de acogida | 75% |
| - | Informe realizado por el alumno                         | 25% |

\*Modalidad semipresencial: las asignaturas que se impartan presencialmente en esta modalidad seguirán los criterios de evaluación de la modalidad presencial

Restricciones y explicación de la ponderación:

Las prácticas externas en empresas se someten a doble evaluación. Por una parte, la empresa en la que el alumno desarrolla su periodo de prácticas emite un informe evaluatorio de su desempeño en la misma. Por otra parte, el alumno tiene que realizar un informe escrito en el que describe las actividades desarrolladas en la empresa y la aplicación realizada en la misma de los conocimientos, habilidades y destrezas aprendidas en el Máster. Dicho informe es juzgado y evaluado por el Tutor del alumno o, en su defecto, por el Coordinador del Máster.

**4. BIBLIOGRAFÍA**

- [https://www.nebrija.com/la\\_universidad/transparencia/pdf/procedimiento\\_realizacion\\_practicas\\_externas.pdf](https://www.nebrija.com/la_universidad/transparencia/pdf/procedimiento_realizacion_practicas_externas.pdf)
  - [http://www.nebrija.com/vida\\_universitaria/practicas/index.php](http://www.nebrija.com/vida_universitaria/practicas/index.php)
-

**5. DATOS DEL TUTOR ACADÉMICO DE PRÁCTICAS DEL DEPARTAMENTO DE ARTES DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES**

Nombre y Apellidos	Prof. Luis Gárciga Romay
Departamento	Artes
Titulación académica	Máster en Artes Visuales
Correo electrónico	lgarciga@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.	<p>Ha impartido docencia, conferencias y ponencias en Universidad Nacional de Colombia, la Universidad Complutense de Madrid, la Academia Nacional San Alejandro, el Instituto Superior de Arte de La Habana, Centro Nacional de Investigación, Documentación e Información de Artes Plásticas del Instituto Nacional de Bellas Artes (México), la Escuela Superior de Arte de Yucatán, la Universidad Autónoma Metropolitana (México), la Universidad de Costa Rica y el Centro Cultural de España (Costa Rica). Coordinador del Laboratorio de Actualización Docente de UVA- CCU Tlatelolco de la Universidad Nacional Autónoma de México.</p> <p>Algunos de sus proyectos artísticos han sido exhibidos en Bienal de Mercosur (Brasil), Bienal de La Habana (Cuba), Bienal de las Américas (USA), Bienal de Santa Cruz de la Sierra (Bolivia), Instituto Cervantes (Holanda), Museo Nacional de Bellas Artes de Cuba, Festival Loop (Barcelona), Matadero de Madrid (España), San Francisco Art Institute (CA, USA), MUCA Roma (Ciudad México), Queen Museum of Art (NY, USA), Instituto de Arte de Grenoble (Francia), Beijing Today Art Museum (China).</p> <p>Su obra se encuentra en colecciones públicas y privadas como Daros Latinoamerica (Suiza), Museo Nacional de Bellas Artes de Cuba, Art Now International Foundation. Kadist Foundation (USA Francia), Mediateca Caixa Forum de Barcelona (España), Habana Cultura de Habana Club (Cuba-Francia). Ha recibido becas y reconocimientos como: Artista en Residencia de Universidad Antonio Nebrija (2022), Ayuda PICE para la Internacionalización de la Cultura Española (2019), Residencia Artística para Creadores de Iberoamérica en México (2014), Premio Museo Nacional de Bellas Artes de Cuba, Premio Centro de Arte Contemporáneo Wifredo Lam de Cuba (2010). Recibió el Premio de Comisariado de la AECID, España/Cuba (2005) por el Proyecto Bueno, Bonito y Barato</p>

Nombre y Apellidos	Dra. Dña. María del 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 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.	<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) <i>Estrategias de éxito para comunicar salud</i>. Madrid: Dykinson.</li> <li>- 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.</li> <li>- 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.</li> <li>- 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.</li> <li>- 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.</li> <li>- 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.</li> <li>- 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</li> </ul>

	<p>Social. Vol. 19. Número especial: La comunicación en la profesión en la universidad de hoy.</p> <p>- 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.</p> <p>- 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</p>
--	--

Nombre y Apellidos	Dra. Victoria Isabel Moreno Gil
Departamento	Artes
Titulación académica	Doctora en Periodismo y licenciada en Periodismo y Comunicación Audiovisual
Correo electrónico	vmorenog@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	<p>Doctora en Periodismo y licenciada en Periodismo y Comunicación Audiovisual. Su trayectoria profesional está ligada a la docencia y al ejercicio del periodismo en distintos medios de comunicación como redactora: principalmente en televisión (El Mundo TV, Intereconomía), pero también en radio (Cadena Ser), agencia de noticias (EFE) y medios digitales. Asimismo, cuenta con una dilatada experiencia en la cobertura de eventos mediáticos, elaboración de guiones y reportajes audiovisuales como freelance. Combina su labor docente con la de investigadora en el campo de la ética periodística y la alfabetización mediática. Ha participado como ponente en distintos seminarios académicos y, recientemente, ha realizado una estancia postdoctoral en calidad de profesora visitante. En el marco de la educación no formal, ha impartido clases de Inglés y de Lengua y Literatura.</p>