

Guía Docente
Prácticas profesionales
Primera Convocatoria 2024/2025

Datos generales de la asignatura

Programa:	Máster en Dirección de Comunicación Corporativa y Marketing Digital
Asignatura:	Prácticas profesionales
Medida:	12.0 ECTS
Carácter:	Obligatoria

Temario

Incorporación al entorno profesional
Participación en proyectos de comunicación y marketing
Análisis de estrategias comunicativas en contextos reales
Aplicación de herramientas y metodologías profesionales
Trabajo en equipo y dinámicas organizativas
Desarrollo de competencias profesionales
Elaboración de memoria de prácticas

Equipo docente**Resultados de aprendizaje****Competencia básica****Competencias generales**

Capacidad para interpretar situaciones reales del entorno profesional, integrando información diversa y aplicando criterios estratégicos en la toma de decisiones. (Competencias Instrumentales)

Capacidad para valorar de forma reflexiva la propia actuación profesional, identificando fortalezas, áreas de mejora y oportunidades de desarrollo. (Competencias Interpersonales)

Capacidad para desarrollar tareas y responsabilidades en entornos profesionales reales o simulados, aplicando de forma integrada los conocimientos adquiridos a lo largo del programa. (Competencias Sistémicas)

Conocimientos

Analizar el funcionamiento de las organizaciones y los entornos profesionales en el ámbito de la comunicación corporativa y el marketing digital, identificando sus dinámicas, procesos y estructuras.

Explicar las estrategias, herramientas y metodologías aplicadas en contextos reales de comunicación y marketing, así como su relación con los objetivos organizativos y los públicos.

Evaluar situaciones profesionales en el ámbito de la comunicación y el marketing digital, considerando problemas, oportunidades y necesidades comunicativas en función del contexto organizativo y del entorno digital.

Destrezas

Valorar de manera crítica el propio desempeño en entornos profesionales, adaptándose a diferentes contextos organizativos y gestionando la comunicación de forma eficaz. (Plano Subjetivo)

Ejecutar tareas y actividades propias del ámbito de la comunicación corporativa y el marketing digital en contextos reales o simulados, aplicando herramientas y metodologías profesionales. (Plano Psicomotor)

Actividades formativas

Aplicación de conceptos a situaciones reales en el desarrollo de prácticas en empresa, orientadas a la adquisición de competencias profesionales	Presencial	120.0
Desarrollo de actividades prácticas basadas en proyectos vinculados al entorno profesional y al trabajo en empresa.	Presencial	60.0
Desarrollo de prácticas en empresa en entorno profesional real, incluyendo la ejecución de tareas, análisis y aprendizaje aplicado.	Asíncrona	110.0
Seguimiento, orientación y apoyo académico durante el desarrollo de las prácticas en empresa.	Presencial	10.0

Actividades de evaluación

Evaluación teórica vinculada al contexto profesional del programa.

Evaluación de las prácticas desarrolladas en empresa, incluyendo la memoria de prácticas y el seguimiento del desempeño.

Evaluación del desempeño, implicación y adquisición de competencias en el entorno profesional.