

**Guía Docente**  
**Prácticas profesionales**  
**Primera Convocatoria 2024/2025**

**Datos generales de la asignatura**

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

**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**

Yolanda Colías Llorente

**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**

Desarrollo de prácticas en empresa en entorno profesional real, orientadas a la aplicación de competencias adquiridas en el programa.	Asíncrona	220.0
Participación en sesiones complementarias orientadas al desarrollo profesional.	Síncrona	30.0
Tutorías de seguimiento del desarrollo de las prácticas en empresa y orientación académica.	Síncrona	30.0
Análisis y reflexión sobre la experiencia desarrollada en la empresa.	Síncrona	20.0

**Actividades de evaluación**

Evaluación teórica vinculada al contexto profesional del programa.

Elaboración de memoria de prácticas y análisis de la experiencia en empresa.

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