

next EDUCACIÓN



Máster en Dirección de Comunicación  
Corporativa y Marketing Digital

Asignatura

**PRÁCTICAS PROFESIONALES**

Curso 2025-2026

## I. IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

Asignatura: Prácticas Profesionales

Semestre: Segundo

Tipo de asignatura: Virtual

Créditos ECTS: 12

Modalidad: Idioma de impartición: Castellano

## II. PROFESORADO

Coordinadora: Yolanda Colías Llorente

Correo electrónico: [yolanda.colias@nextcomunicacion.com](mailto:yolanda.colias@nextcomunicacion.com)

Tipo: Profesional especializada

Perfil profesional:

Especialista en gestión académica, orientación profesional y coordinación de prácticas externas en programas de educación superior vinculados a comunicación, empresa y marketing digital. Cuenta con experiencia en intermediación universidad-empresa y seguimiento de prácticas profesionales.

Coordinador: Manuel Campo Vidal

Correo electrónico: [presidencia@nexteducacion.com](mailto:presidencia@nexteducacion.com)

Tipo Doctor

Perfil profesional:

Doctor en Sociología (Economía Aplicada) por la Universidad Complutense de Madrid. Licenciado en Periodismo en la Universidad Autónoma de Barcelona e ingeniero técnico en Electrónica Industrial por la Universidad Politécnica de Cataluña. Ha dirigido y moderado los primeros debates electorales, 'Cara a Cara', en España. Presidente Emérito de la Academia de las Artes y las Ciencias de la Televisión, es director y docente del Instituto de Comunicación Empresarial (ICE) y presidente de Next Educación, donde dirige la Cátedra sobre Desinformación y sobre Recuperación de la España Despoblada.

## III. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura Prácticas Profesionales tiene como finalidad facilitar la integración del estudiante en entornos profesionales reales vinculados a la comunicación corporativa, el marketing digital, la reputación, los medios de comunicación y otras áreas afines al ámbito de especialización del programa.

La materia permite aplicar de forma práctica los conocimientos, metodologías y competencias adquiridas durante el máster, favoreciendo el contacto directo con dinámicas organizativas, proyectos reales y procesos profesionales propios del sector. Las prácticas constituyen un espacio de aprendizaje aplicado orientado al desarrollo de competencias técnicas, estratégicas y relacionales necesarias para el ejercicio profesional.

Durante el desarrollo de las prácticas, el estudiante participará en actividades relacionadas con comunicación corporativa, marketing digital, gestión de contenidos, redes sociales, reputación corporativa, planificación estratégica y otras funciones vinculadas al entorno profesional en el que se integre.

Asimismo, la asignatura fomenta la reflexión crítica sobre el desempeño profesional, la capacidad de adaptación a diferentes contextos organizativos y la adquisición de experiencia práctica alineada con las necesidades reales del mercado laboral y la empleabilidad.

#### **IV. RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

##### **Competencias**

- 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)

#### **V. CONTENIDOS**

1. Incorporación al entorno profesional
2. Participación en proyectos de comunicación y marketing
3. Análisis de estrategias comunicativas en contextos reales
4. Aplicación de herramientas y metodologías profesionales
5. Trabajo en equipo y dinámicas organizativas
6. Desarrollo de competencias profesionales
7. Elaboración de memoria de prácticas

## VI. ACTIVIDADES FORMATIVAS

Actividad formativa	Modalidad	Horas
Desarrollo de prácticas en empresa en entorno profesional real, orientadas a la aplicación de competencias adquiridas en el programa	Asíncrona	220
Participación en sesiones complementarias orientadas al desarrollo profesional	Síncrona	30
Tutorías de seguimiento del desarrollo de las prácticas en empresa y orientación académica	Síncrona	30
Análisis y reflexión sobre la experiencia desarrollada en la empresa	Síncrona	20
<b>TOTAL</b>		<b>300</b>

## VII. METODOLOGÍAS DOCENTES

- Aprendizaje experiencial mediante la integración del estudiante en entornos profesionales reales.
- Participación activa en proyectos y actividades desarrolladas en empresas e instituciones colaboradoras.
- Aplicación práctica de conocimientos, herramientas y metodologías profesionales propias del ámbito de la comunicación y el marketing digital.
- Observación y análisis de procesos organizativos y dinámicas profesionales.
- Resolución de problemas y participación en actividades vinculadas al desempeño profesional.
- Tutorías académicas individuales orientadas al seguimiento y evaluación del aprendizaje.
- Sesiones de orientación profesional destinadas a favorecer la empleabilidad y el desarrollo competencial.
- Elaboración de una memoria de prácticas orientada a la reflexión crítica sobre la experiencia desarrollada.
- Aprendizaje autónomo y reflexión sobre el desempeño profesional.

## VIII. CRONOGRAMA

Temas	Periodo temporal
Asignación de empresa y tutor profesional	Inicio del periodo de prácticas

Incorporación al entorno profesional	Primeras semanas
Desarrollo de actividades y tareas profesionales	Durante todo el periodo de prácticas
Tutorías académicas y seguimiento	Durante todo el periodo de prácticas
Sesiones de orientación profesional	Durante el desarrollo de las prácticas
Elaboración y entrega de la memoria de prácticas	Finalización del periodo de prácticas

**Nota:** La distribución temporal tiene carácter orientativo y podrá ajustarse en función del desarrollo académico del curso y de las necesidades docentes.

## IX. SISTEMA DE EVALUACIÓN

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Evaluación teórica vinculada al contexto profesional del programa	20	20
Evaluación de las prácticas desarrolladas en empresa, incluyendo la memoria de prácticas y el seguimiento del desempeño	60	60
Evaluación del desempeño, implicación y adquisición de competencias en el entorno profesional	20	20

El profesor/a responsable de la asignatura podrá modificar la parte de la guía docente relativa al sistema de evaluación y su explicación únicamente durante los primeros quince días desde el inicio del semestre y previo acuerdo con los estudiantes.

La matrícula de la asignatura da derecho a dos convocatorias de evaluación, ordinaria y extraordinaria. La convocatoria extraordinaria tendrá como finalidad permitir al estudiante recuperar aquellas pruebas o actividades evaluables no superadas durante la convocatoria ordinaria, siempre que estas sean susceptibles de recuperación conforme a la planificación docente de la asignatura.

## X. NORMAS ÉTICAS Y DE COMPORTAMIENTO ACADÉMICO

El estudiante deberá mantener un comportamiento profesional, ético y responsable durante el desarrollo de las prácticas, respetando las normas internas de la empresa o institución colaboradora, así como los principios de confidencialidad, responsabilidad y respeto profesional.

El alumnado deberá actuar conforme a criterios de honestidad profesional, evitando cualquier conducta que pueda afectar negativamente a la organización,

a los equipos de trabajo o a la imagen institucional del programa.

La memoria de prácticas deberá ser original y reflejar de forma veraz las actividades realizadas y las competencias desarrolladas durante el periodo formativo. La falsificación de información, el plagio o la utilización indebida de herramientas tecnológicas podrán implicar la calificación de suspenso y la aplicación de las medidas académicas correspondientes.

El uso de herramientas de inteligencia artificial generativa deberá limitarse a funciones de apoyo y nunca podrá sustituir la reflexión crítica ni la elaboración personal de la memoria académica. En caso de utilización de herramientas basadas en inteligencia artificial, el estudiante deberá indicarlo expresamente.

Asimismo, se espera del alumnado una actitud proactiva, respetuosa y colaborativa en el entorno profesional, manteniendo un adecuado comportamiento interpersonal y una correcta comunicación con tutores, compañeros y responsables de la organización.

## **XI. BIBLIOGRAFÍA**

### **Bibliografía básica**

- Alles, M. (2020). Dirección estratégica de recursos humanos. Granica.
- Costa, J. (2020). El DirCom hoy. Costa Punto Com Editor.
- Kotler, P., Kartajaya, H. y Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0: Technology for Humanity. Wiley.
- Ryan, D. (2020). Understanding Digital Marketing. Kogan Page.
- Villafañe, J. (2022). La buena reputación. Pirámide.

### **Bibliografía complementaria**

- Dircom (2024). Anuario de la Comunicación.
- IAB Spain (2024). Estudios sobre marketing digital y comunicación.
- Kotler, P. y Keller, K. (2021). Dirección de Marketing. Pearson.
- Puromarketing (2024). Tendencias en comunicación corporativa y marketing digital.
- Schein, E. (2018). Organizational Culture and Leadership. Wiley.