Universidad Villanueva

Ficha Técnica: Prácticas Externas II
Curso 2025/2026

Asignatura

Nombre Asignatura	Prácticas Externas II
Código	100322050
Créditos ECTS	6.0

Plan/es donde se imparte

Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (Plan 2022)
Carácter	OPTATIVA
Curso	4

Universidad Villanueva

Datos Generales

PROFESORADO

Lafuente Pérez, Patricia

CONOCIMIENTOS RECOMENDADOS

Conocimientos y destrezas adquiridos durante el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas

OBJETIVOS TEÓRICOS

El objetivo de las prácticas externas (que el alumno siempre puede completar mediante prácticas extracurriculares que la Universidad ofrece) es que el alumno tenga oportunidad de aplicar los conocimientos adquiridos en el grado y desarrollar su perfil profesional mediante la realización y ejecución de tareas en empresas y/o instituciones del sector.

OBJETIVOS PRÁCTICOS

Desarrollar el perfil profesional, mediante la realización y ejecución de tareas en empresas y/o instituciones del sector.

COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

COMPETENCIAS BÁSICAS

CB1 Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CB2 Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3 Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes

(normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4 Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5 Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

COMPETENCIAS GENERALES

CG2 Entender la estructura de los medios publicitarios y de las relaciones públicas: sus características, tipologías y problemáticas.

CG3 - Comprender los procesos de relación entre los sujetos de las actividades comerciales, publicitarias y de las relaciones públicas.

CG4 - Analizar los fundamentos conceptuales de la dirección estratégica aplicados a la comunicación publicitaria.

CG5 Comprender los medios de comunicación social tradicionales y el nuevo ecosistema digital como referente para el desarrollo de la comunicación social persuasiva.

CG6 - Actuar de conformidad a los principios éticos, deontológicos y jurídicos en la profesión publicitaria y de las relaciones públicas

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE9 - Ejercer como profesionales que se encargan de prestar servicio al cliente de la agencia, asistiéndole de manera continuada antes, durante y después de la realización de sus acciones de comunicación, prestando asesoramiento en temas de relaciones públicas y marketing.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

CT1 - Desarrollar el pensamiento crítico propio del espíritu universitario, así como la capacidad de analizar, argumentar e interpretar datos relevantes y complejos para poder integrarlos de manera sólida y solvente en la toma de decisiones.

CT2 - Utilizar con rigor y precisión el lenguaje oral y escrito, siendo capaz de transmitir información a un público tanto especializado como no especializado, teniendo en cuenta los diferentes contextos.

CT3 - Desarrollar las actitudes necesarias para el trabajo cooperativo y la participación en equipos, incorporando aquellos valores que representan el esfuerzo, la generosidad y el respeto, junto con el compromiso para realizar un trabajo de calidad, que tiene la búsqueda de la verdad como horizonte.

CT4 - Aplicar los conocimientos a la práctica. Saber utilizar los conocimientos adquiridos en la consecución de un objetivo concreto, por ejemplo, la resolución de un ejercicio o la discusión de un caso práctico.

Universidad Villanueva

CT5 - Desarrollar una conciencia de la inviolabilidad de los Derechos Humanos, basada en el respeto a la dignidad de la persona que fomenta la responsabilidad social, la solidaridad, la sostenibilidad ambiental, la no discriminación y la búsqueda del bien común como servicio a la sociedad

CONTENIDO DEL PROGRAMA

Adquirir la experiencia, información, conocimientos y competencias necesarios para su formación en el entorno laboral en el que desempeñará su profesión.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Af7 Prácticas externas (obligatorias): prácticas profesionales donde el estudiante aplica los contenidos aprendidos en instituciones relacionadas con la titulación.

Número de horas: 150. Porcentaje de presencialidad: 0%

CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

SE8 Prácticas externas: informe del tutor académico (se incluye la memoria): 30%

SE9 Prácticas Externas: informe del tutor externo: 70%

Es OBLIGATORIO superar cada uno de los bloques por separado para aprobar la materia. Es decir, es OBLIGATORIO obtener al

menos un 5 en el informe interno y un 5 en el externo para aprobar la asignatura.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

SE8 Prácticas externas: informe del tutor académico (se incluye la memoria): 30%. Los alumnos que hayan suspendido el

informe en primera convocatoria deberán entregarlo a través de la plataforma en la fecha y hora que se indique.

SE9 Prácticas Externas: informe del tutor externo: 70%.

Es OBLIGATORIO superar cada uno de los bloques por separado para aprobar la materia. Es decir, es OBLIGATORIO obtener al

menos un 5 en el informe interno y un 5 en el externo para aprobar la asignatura

Universidad Villanueva

NORMATIVA DE ORTOGRAFÍA. El correcto uso del lenguaje escrito es un requisito esencial en los estudios de Comunicación y, por tanto, también en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Por este motivo, la ortografía será un criterio evaluable en todas las asignaturas. Se descontarán 0,5 puntos por cada falta ortográfica, incluidas las tildes y los errores de escritura, hasta un máximo de 2 puntos. Los errores ortográficos reiterados se contabilizarán una única vez. En el caso de que la falta ortográfica o de redacción aparezca en una pieza publicitaria ya sea gráfica, audiovisual o escrita, se aplicará automáticamente una penalización de 2 puntos sobre la nota final del trabajo.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS

"Normativa prácticas externas Universidad Villanueva", disponible en el Campus Virtual

HORARIO, TUTORÍAS Y CALENDARIO DE EXÁMENES

Tutorías: el profesor publicará el horario de tutorías en el campus virtual de la asignatura, con independencia de que el alumno pueda solicitar por correo electrónico a la dirección del profesor las tutorías necesarias.

PUBLICACIÓN Y REVISIÓN DE LA GUÍA DOCENTE

Esta guía docente se ha realizado siguiendo los criterios de la Memoria Verificada del Grado