

GUÍA DOCENTE 2025-2026

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA:	Prácticas Académicas Externas		
PLAN DE ESTUDIOS:	Máster Universitario en Comunicación Corporativa		
FACULTAD:	Centro de Posgrado		
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:	Obligatoria		
ECTS:	6		
CURSO:	Segundo		
SEMESTRE:	Primero		
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:	Español		
PROFESORADO:	Dr. Federico Fernández Díez		
DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:	federico.fernandez@uneatlantico.es		

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

REQUISITOS PREVIOS:
Los requisitos previos que rigen para esta materia son los que se establecen en el Reglamento de Prácticas Externas de la Universidad Europea del Atlántico .
CONTENIDOS:
El alumno desarrolla actividades profesionales propias del máster en un contexto laboral auténtico. Para ello se designará un docente tutor desde la universidad y se asignará un tutor dentro de la institución donde se realizarán las prácticas. Ambos tutores supervisarán y darán seguimiento a las actividades y tareas desarrolladas por el alumno durante el período de prácticas.

El tutor de prácticas de la universidad realizará una sesión virtual antes del primer contacto del estudiante con la empresa o institución para proporcionar la información necesaria y aclarar dudas. Asimismo, durante el período de prácticas el tutor de la universidad realizará de tutorías virtuales de seguimiento individual con el alumno.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

RAK9- Demostrar capacidad para incorporarse y adaptarse a equipos de trabajo diversos en entornos laborales y profesionales, poniendo en práctica los conocimientos, habilidades y competencias adquiridos.

METODOLOGÍAS DOCENTES Y ACTIVIDADES FORMATIVAS

METODOLOGÍAS DOCENTES:

En esta asignatura se ponen en práctica diferentes metodologías docentes con el objetivo de que los alumnos puedan obtener los resultados de aprendizaje definidos anteriormente:

- Aprendizaje cooperativo
- Trabajo autónomo
- Metodología de prácticas externas

ACTIVIDADES FORMATIVAS:

A partir de las metodologías docentes especificadas anteriormente, en esta asignatura, el alumno participará en las siguientes actividades formativas:

Actividades formativas		Horas
Actividades supervisadas	Prácticas Externas	120
	Tutorías (individual / en grupo)	3
Actividades autónomas	Elaboración de la memoria de prácticas externas	27

El día del inicio del período lectivo de la asignatura, el profesor proporciona información detallada al respecto para que el alumno pueda organizarse.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA:

En la convocatoria ordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

Actividades de evaluación	Ponderación
Informe de Evaluación de las Prácticas Académicas Externas – Evaluación del tutor del centro de prácticas	70%
Memoria de Prácticas Académicas Externas – Evaluación del tutor de la universidad	30%

[Informe Tutor del Centro de Prácticas](#)
[Informe Tutor Prácticas de la Universidad](#)

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

En la convocatoria extraordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

Actividades de evaluación	Ponderación
Informe de Evaluación de las Prácticas Académicas Externas – Evaluación del tutor del centro de prácticas	70%
Memoria de Prácticas Académicas Externas – Evaluación del tutor de la universidad	30%

[Informe Tutor del Centro de Prácticas](#)

[Informe Tutor Prácticas de la Universidad](#)

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Las siguientes referencias son de consulta obligatoria y están ordenadas por nivel de importancia:

- Acevedo, M. (2000). Manual para periodistas: conocimientos y principios básicos. Segunda Edición. Editorial Plaza Mayor San Juan, Puerto Rico.
- Andreu, C. (coord.) (2016) Guía de creación audiovisual. Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo.
<https://bibliotecadigital.aecid.es/bibliodig/es/consulta/registro.cmd?id=3576>
- Caldevilla, D. (2012). Claves de la comunicación interna como sistema de gestión empresarial actual. Diálogos de la Comunicación. Revista académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social.
<http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2015/83/83-revista-dialogo-claves-de-lacomunicacion-interna-como-sistema-de-gestion-empresarial-actual.pdf>
- Casanova, J. (2016) La producción audiovisual móvil. En: adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación, nº12. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica y Universitat Jaume I, 231-234.
<http://www.adcomunicarevista.com/ojs/index.php/adcomunica/article/view/349/290>
- Google Spain (2008) Marketing online con Google. Manual de Marketing Online.
http://www.camaraburgos.com/contenido/files/descargas/vol3_MarketingOnline.pdf
- Morales, F. y Enrique, A. (2007). La figura del Dircom. Su importancia en el modelo de comunicación integral. Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura, núm. 35. <http://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/view/74256>
- Rojas, P y Redondo, M. (2015). Cómo preparar un Plan de Social Media Marketing. Barcelona: Centro Libros PARF, S.L.U.



- Tur-Viñes, V.; Monserrat-Gauchi, J. (2014) El plan estratégico de comunicación. http://www.razonypalabra.org.mx/N/N88/Varia/46_VinesGauchi_V88.pdf
- Van, T. A. (1990). La Noticia como Discurso. Comprensión, estructura y producción de la información. Editorial Paidós. Barcelona, España.

OTRAS FUENTES DE CONSULTA:

- Base de datos EBSCO – Acceso a través del campus virtual.