

Módulo VI. Prácticas profesionales

Materia 1. Prácticas profesionales (20 ECTS Prácticas externas)

Prácticas
profesionales

COMPETENCIAS

CB7	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio	X
CB8	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios	X
CB9	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades	X
CG2	Poseer habilidades directivas y de planificación.	X
CG3	Trabajar en equipo y coordinar grupos de trabajo multiculturales.	X
CG4	Asesorar a personas no expertas en comunicación pública.	X
CG5	Generar ideas creativas e innovadoras, orientadas a la resolución de problemas de comunicación.	X
CG6	Conocer el sentido de las estructuras organizativas de empresas e instituciones y su relación con la comunicación pública.	X
CG7	Realizar presentaciones eficaces, atendiendo a la diversidad de públicos.	X
CE2	Interpretar y conocer en profundidad las tendencias actuales de la opinión pública, mediante la aplicación de técnicas y herramientas de investigación especializadas propias de la comunicación política y corporativa	X
CE4	Conocer en profundidad los criterios éticos y deontológicos propios de la comunicación institucional asumiendo la responsabilidad profesional que se deriva de una actividad con una importante influencia social.	X
CE5	Diseñar y gestionar planes y proyectos de comunicación integrales, con especial foco en la planificación estratégica, aplicando los procedimientos desarrollados recientemente en el ámbito de la comunicación política y corporativa.	X
CE7	Aplicar los métodos de pensamiento creativo integrando las tendencias del marketing, las estrategias de comunicación institucional y el comportamiento del consumidor para dirigirse a entornos multi-stakeholder, con públicos heterogéneos y multiculturales en entornos dinámicos.	X

COMPETENCIAS

CE8	Aplicar el registro propio de la comunicación política y corporativa en la expresión escrita.	X
CE9	Implementar de forma innovadora los avances de la tecnología y nuevos medios para la planificación y ejecución de campañas comunicativas integrales, considerando los diferentes públicos, soportes y contextos.	X
CE10	Gestionar la marca de cualquier tipo de organización, empresa o partido político para influir en su imagen, notoriedad y reputación, aplicando técnicas y estrategias dirigidas a aumentar su valor, según las métricas y los parámetros vigentes.	X
CE11	Gestionar la comunicación interna teniendo en cuenta los procesos de toma de decisiones, cuestiones culturales y modelos de motivación y liderazgo, a fin de promover una alineación interna y consistencia de las políticas y programas institucionales o corporativos.	X
CE14	Conocer el funcionamiento de las administraciones y gobiernos y del entorno empresarial, así como las técnicas para establecer relaciones orientadas a influir en las decisiones políticas.	X

CONTENIDOS DE LA MATERIA

Prácticas profesionales en empresas de comunicación (agencias, consultorías y otras dedicadas a comunicación política y corporativa) o en departamentos de comunicación de empresas e instituciones.

OBSERVACIONES

Existe la posibilidad de realizar las prácticas en empresas internacionales.