



Evaluación del  
desarrollo de  
capacidades en  
la empresa

**Grado en Publicidad  
y Relaciones  
Públicas  
2024-25**



UNIVERSIDAD  
**NEBRIJA**

## GUÍA DOCENTE

**Asignatura:** Evaluación del desarrollo de capacidades en la empresa

**Titulación:** Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

**Carácter:** Prácticas externas

**Idioma:** Español

**Modalidad:** Presencial

**Curso Académico:** 2024-25

**Créditos:** 18

**Curso:** 3º

**Semestre:** 2º

**Profesores/Equipo Docente:** Dra. Dña. Victoria Isabel Moreno Gil/ Dra. Dña María del Mar Ramos Rodríguez

### 1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

#### 1.1. Competencias<sup>1</sup>

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.

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.

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.

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

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

Aplicar de manera práctica los conocimientos adquiridos en el programa formativo durante el desarrollo de la actividad profesional.

Aplicar las competencias adquiridas durante el desarrollo del programa formativo.

#### 1.2. Resultados de aprendizaje

Conocimiento de la actividad profesional propia del ámbito de la publicidad y las Relaciones Públicas,

## 2. CONTENIDOS

### 2.1 Requisitos previos

Los estudiantes deben haber superado el 50% de los créditos necesarios para obtener el título universitario cuyas enseñanzas estuviesen cursando. La idoneidad de la actividad a realizar debe ser valorada y aprobada por el Centro de Asesoramiento Profesional.

### 2.2 Breve descripción de los contenidos

Realización de prácticas formativas profesionales en empresas o instituciones, relacionadas con sus estudios universitarios, tutorizadas desde la Universidad y la empresa.

### 2.3 Actividades formativas

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF3	Tutorías	22,5	50%
AF8	Evaluación de capacidades profesionales	427,5	100%
	TOTAL	450	

## 3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

### 3.1 Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

Según lo recogido en el **Procedimiento de actuación en la realización de prácticas externas**:

Los créditos correspondientes a prácticas externas serán evaluados con una nota entre el 0 y el 10. La nota obtenida en las Prácticas computará a efectos de la obtención de la media en el expediente, la baremación para la solicitud de becas, pero no para el cómputo de créditos necesarios para permanecer en la universidad. Asimismo, debido a la tipología de la asignatura no se contempla la concesión de Matrícula de Honor, aunque se haya obtenido la calificación de 10. El alumno podrá solicitar una revisión de la evaluación final al Coordinador del Dep. Carreras Profesionales.

### 3.2 Criterios de evaluación<sup>2</sup>

Prácticas tutoradas desde la Universidad (tutor académico) y desde la empresa (tutor empresarial).

La idoneidad de cada periodo de prácticas deberá ser valorada y aprobada por la Universidad para su posterior cómputo de créditos académicos. Una vez finalizadas las prácticas, el alumno deberá presentar dos documentos:

Sistema de evaluación	Porcentaje
Certificado empresarial e Informe de la empresa	80%
Informe de autoevaluación del alumno	20%

Tras una valoración conjunta de ambos documentos, junto con el seguimiento realizado conjuntamente por el tutor académico y el tutor empresarial, se emite, en su caso, certificación de los créditos académicos y se incorporan al expediente del alumno.

Los créditos correspondientes a prácticas externas serán evaluados con una calificación numérica entre el 0 y 10, y formará parte de la media del expediente del alumno.

En el Portal del Alumno está disponible para conocimiento del alumno “el procedimiento de actuación en la realización de las prácticas externas” que regula esta materia.

#### 4. BIBLIOGRAFÍA

- [http://www.nebrija.es/rednebrija/documentos/Procedimiento\\_Practicas\\_Externas.pdf?PH\\_PSESSID=83e3572ee451b257626fe3c7f67f38e5](http://www.nebrija.es/rednebrija/documentos/Procedimiento_Practicas_Externas.pdf?PH_PSESSID=83e3572ee451b257626fe3c7f67f38e5)
- [http://www.nebrija.com/vida\\_universitaria/practicas/index.php](http://www.nebrija.com/vida_universitaria/practicas/index.php)

#### 5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dra. Dña. Victoria Isabel Moreno Gil
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Doctora en Periodismo
Correo electrónico	<a href="mailto:vmorenog@nebrija.es">vmorenog@nebrija.es</a>
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora después de clase o por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<p>Doctora en Periodismo por la Universidad Carlos III de Madrid y licenciada en Periodismo y Comunicación Audiovisual por la misma universidad.</p> <p>Combina su labor docente con la de investigadora en el campo de la ética periodística y la alfabetización mediática. Ha participado como ponente en distintos seminarios académicos y, recientemente, ha realizado una estancia postdoctoral en calidad de profesora visitante en la Universidad Pompeu Fabra.</p> <p>Su trayectoria profesional está ligada a la docencia y al ejercicio del periodismo en distintos medios de comunicación como redactora: principalmente en televisión (<i>El Mundo TV</i>, <i>Intereconomía</i>), pero también en radio (<i>Cadena Ser</i>), agencia de noticias (<i>EFE</i>) y medios digitales. Asimismo, cuenta con una dilatada experiencia en la cobertura de eventos mediáticos, elaboración de guiones y reportajes audiovisuales como <i>freelance</i>. En el marco de la educación no formal, ha impartido clases de Inglés y de Lengua y Literatura</p>

Nombre y Apellidos	Dra. Dña. María del Mar Ramos Rodríguez
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Doctora en Bellas Artes y licenciada en Ciencias de la Información (Imagen y sonido)
Correo electrónico	mramos@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora después de clase o por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<p>Doctora en Bellas Artes por la Universidad Complutense de Madrid. Licenciada en Ciencias de la Imagen y Sonido por la misma universidad. Curso de Experto en Tipografía Aplicada, dirigido por Marc Salinas, en La Basad (2019).</p> <p>Su práctica profesional se ha desarrollado en el mundo de la fotografía, la producción audiovisual y el diseño gráfico y editorial. Destaca su experiencia laboral en el mundo de la publicidad cinematográfica, en estudios de diseño y en la productora cinematográfica CineCompany, así como en las empresas de comunicación editorial Grupo Zeta y Vocento como diseñadora de numerosas publicaciones.</p> <p>En la Universidad Nebrija imparte docencia desde 1998 en programas de grado y postgrado en las áreas de Diseño digital, Comunicación Audiovisual, Periodismo y Publicidad al tiempo que lo compagina con proyectos gráficos y audiovisuales para empresas e instituciones como freelance.</p> <p>Investigación aplicada</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cachán, C. y Ramos, M. (2017) <i>Estrategias de éxito para comunicar salud</i>. Madrid: Dykinson.</li> <li>- Herrero, M., Ramos, M y Santos, J. (2016) <i>Evolución de los perfiles profesionales en los nuevos modelos de documentales</i>. Tendencias en el ecosistema mediático. Madrid: Dykinson.</li> <li>- Perlado, M. y Ramos, M. (2016) <i>Festival Jóvenes Tocados por la Publicidad. Claves de un proyecto pre-profesional de innovación</i>. Tendencias en el ecosistema mediático. Madrid: Dykinson.</li> <li>- Ramos M. y Santos, J. (2016) <i>La evolución del cine documental: de producto audiovisual a interactivo</i> en Costa, A. y Capucho, R. (coord.) <i>Avanca Cinema International Conference 2016</i>. Avanca: Cine-Clube de Avanca Edicoes.</li> <li>- Ganovic, I., Grijalba, N. y Ramos, M. (2016) <i>La audiencia social en la ficción nacional: De los Tele Rodríguez a El Ministerio del tiempo</i>. Audiencia social. En <i>Estrategias de comunicación para medios y marcas</i>. Madrid: Síntesis.</li> </ul> <p>- Ramos, M. (2016) <i>Festival Jóvenes Tocados por la Publicidad. Análisis e investigación del proyecto pre-profesional para su inclusión en el currículo de los alumnos de publicidad en la Universidad Antonio de Nebrija</i>. [Tesis doctoral] Universidad Complutense de Madrid.</p> <p>- Ramos, M. (2014). <i>El método del proyecto en los estudios de grado en Comunicación Audiovisual. El Festival de Cortos AdN como ejemplo aglutinador de competencias</i>. Historia y Comunicación Social. Vol. 19. Número especial: La comunicación en la profesión en la universidad de hoy.</p> <p>- Perlado, M., Ramos, M. y Toledano, F. (2014) <i>Nuevas</i></p>

	<p><i>capacidades y perfiles profesionales en el sector audiovisual y publicitario: hacia la formación en competencias</i> en Últimos estudios sobre Publicidad: de “Las Meninas” a los tuits. Sheila Liberal y Piedad Fernández (Coord.). Madrid: Fragua.</p> <p>-</p> <p>Ramos, M. (2013) <i>Festival de Cortometrajes AdN: Una fórmula de éxito para la adquisición de competencias</i> en Nuevas perspectivas modales para la enseñanza superior. José Rodríguez Terceño (Coord.). Madrid: Visión Libros</p>
--	--