

CENTRO UNIVERSITARIO DE TECNOLOGÍA Y ARTE DIGITAL



PLANIFICACIÓN DE LA DOCENCIA UNIVERSITARIA

GUÍA DOCENTE

Prácticas en Empresa/Company Internship

1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA.

Título:	Grado en Animación
Facultad:	Centro Universitario de Tecnología y Arte Digital (U-TAD)
Materia:	Prácticas en Empresa/Company Internship
Denominación de la asignatura:	Prácticas en Empresa/Company Internship
Curso:	Cuarto
Semestre:	Anual
Carácter:	Obligatoria de Mención
Créditos ECTS:	6
Modalidad/es de enseñanza:	Presencial
Idioma:	Castellano/Inglés
Profesor/a:	Juan José Morillas Guerrero; Rafael Lopez Fernandez
E-mail:	juan.morillas@live.u-tad.com ; rafael.lopez@u-tad.com
Teléfono:	916402811

2. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Descripción de la materia

La materia Prácticas en Empresa es obligatoria para todos los alumnos independientemente de la mención que escojan

The subject Company Internship is mandatory for all the students no matter what mention they choose

Descripción de la asignatura

Las Prácticas en Empresa están configuradas como una materia obligatoria de prácticas externas dentro del Grado en Animación. Su principal objetivo es la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos a lo largo del grado en un entorno empresarial. Las prácticas en empresa proporcionan al estudiante una interacción directa con la actividad profesional y un conocimiento en primera persona de las dinámicas de trabajo de la misma y del entorno laboral propio de la titulación. Adicionalmente proporcionan al estudiante la oportunidad de incorporarse al mundo laboral al terminar sus estudios con una base de experiencia.

Company internship is a mandatory subject of external professional training within the Bachelor's Degree in Animation. Its main purpose objective is the practical application in a business environment of the knowledge acquired during the studies. The internship provides the student with a direct interaction with the professional activity and a first-person knowledge of the work dynamics. In addition to this, the internships provide students with the opportunity to join the professional world upon completion of their studies with some previous experience.

3. COMPETENCIAS

3.1 Competencias (genéricas, específicas y transversales)

CG2.- Conocer el vocabulario y los conceptos inherentes al ámbito artístico digital.

CG6.- Trabajar en entornos de trabajo multidisciplinares demostrando capacidad de trabajo en equipo, versatilidad, flexibilidad, creatividad y respeto por el trabajo de los compañeros de otras áreas.

CG8.- Conocer el entorno laboral, los recursos de empleabilidad y el marco legal del ámbito de la titulación

CG10.- Utilizar las técnicas y las herramientas artísticas asociadas a la generación de contenidos digitales.

4. CONTENIDOS

Las Prácticas en Empresa están configuradas como una materia obligatoria de prácticas externas dentro del Grado en Animación. Su principal objetivo es la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos a lo largo del grado en un entorno empresarial. Las prácticas en empresa proporcionan al estudiante una interacción directa con la actividad profesional y un conocimiento en primera persona de las dinámicas de trabajo de la misma y del entorno laboral propio de la titulación. Adicionalmente proporcionan al estudiante la oportunidad de incorporarse al mundo laboral al terminar sus estudios con una base de experiencia.

Company internship is a mandatory subject of external professional training within the Bachelor's Degree in Animation. Its main purpose objective is the practical application in a business environment of the knowledge acquired during the studies. The internship provides the student with a direct interaction with the professional activity and a first-person knowledge of the work dynamics. In addition to this, the internships provide students with the opportunity to join the professional world upon completion of their studies with some previous experience.

5. ACTIVIDADES FORMATIVAS Y MODALIDADES DE ENSEÑANZAS

5.1 Modalidades de enseñanza

La asignatura se desarrollará a través de los siguientes métodos y técnicas generales, que se aplicarán diferencialmente según las características propias de la asignatura:

- **Método expositivo/Lección magistral:** el profesor desarrollará, mediante clases magistrales y dinámicas los contenidos recogidos en el temario.
- **Estudio de casos:** análisis de casos reales relacionados con la asignatura.
- **Resolución de ejercicios y problemas:** los estudiantes desarrollarán las soluciones adecuadas aplicando procedimientos de transformación de la información disponible y la interpretación de los resultados.
- **Aprendizaje basado en problemas:** utilización de problemas como punto de partida para la adquisición de conocimientos nuevos.
- **Aprendizaje orientado a proyectos:** se pide a los alumnos que, en pequeños grupos, planifiquen, creen y evalúen un proyecto que responda a las necesidades planteadas en una determinada situación.
- **Aprendizaje cooperativo:** Los estudiantes trabajan en grupo para realizar las tareas de manera colectiva.

5.2 Actividades formativas

Actividad Formativa	Horas	Presencialidad
AF3 Tutorías	10	50%
AF4 Estudio y trabajo del alumno	30	0%
AF5 Elaboración de Trabajos	10	0%
AF7 Prácticas en Empresa	100	100%

6. SISTEMA DE EVALUACIÓN

ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN MÍNIMA RESPECTO A LA CALIFICACIÓN FINAL (%)	VALORACIÓN MÁXIMA RESPECTO A LA CALIFICACIÓN FINAL (%)
SE4 Evaluación de las prácticas externas	100%	100%

7. BIBLIOGRAFÍA / WEBGRAFÍA

Bibliografía básica

Real Decreto 592/2014, de 11 de julio, por el que se regulan las prácticas académicas externas de los estudiantes universitarios.

<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOEA-2014-8138>

CHATFIELD, T. (2012). 50 cosas que hay que saber sobre mundo digital. ARIEL.

ZABALZA, MIGUEL A. (2013): El practicum y las Prácticas Externas. NARCEA.

Bibliografía recomendada

CELAYA, J. (2011). La empresa en la web 2.0: el impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación en la estrategia empresarial. EDICIONES GESTION 2000

LACOSTE, J. A. (2012). El perfil humano y profesional de los emprendedores digitales. BUBOK PUBLISHING.

SCHNARCH, A. (2010). Creatividad aplicada: como estimular y desarrollar la creatividad a nivel personal y empresarial. STARBOOK EDITORIAL.

TRIAS DE BES, F. (2014): La reconquista de la creatividad: como recuperar la capacidad de crear que llevamos dentro. CONECTA.

VV.AA. (2002). Comunicación y cultura en la era digital: industrias, mercados y diversidad en España. GEDISA.

Webgrafía

<https://www.u-tad.com/alumnos/sdp/>

<http://www.nomeparo.eu>

<http://ec.europa.eu/youthonthemove/>

<http://www.emprendedores.es/>

<http://www.europlacement.com/>

<http://www.yourfirsteuresjob.eu/en/home>

<http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=568>