



## FICHA IDENTIFICATIVA

### DATOS DE LA ASIGNATURA

**Código:** 44899

**Nombre:** Prácticas Externas

**Ciclo:** Máster Universitario Oficial

**Créditos ECTS:** 6

**Curso académico:** 2026-27

### TITULACIONES

Titulación	Centro	Curso	Periodo
2239 - Máster Universitario en Nuevos Period., Comunic. Política y Socied. Conoc.	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	1	Indefinida (Actas individuales)

### MATERIAS

Titulación	Materia	Carácter
2239 - Máster Universitario en Nuevos Period., Comunic. Política y Socied. Conoc.	Prácticas Externas	PRACTICAS EXTERNAS

### COORDINACIÓN

MERCADO SAEZ MARIA TERESA

## RESUMEN

Las Prácticas Externas pretenden que el estudiantado del Máster tome contacto con la práctica profesional en términos formativos en entidades privadas, públicas o del tercer sector que estén orientadas a los ámbitos de conocimiento tratados en el Máster: Nuevos Periodismos y Comunicación Política.

Se trata de practicar las competencias adquiridas con el programa formativo en un entorno externo al del propio Máster. Con este fin, se propone un período formativo en el que los y las estudiantes, mediante la experiencia formativa de índole laboral en una entidad concreta, comiencen a utilizar las herramientas y técnicas de trabajo de manera apropiada y a relacionar los contenidos teóricos y competencias adquiridos en el resto de los módulos con una actividad formativa en términos de simulación profesional.

Los agentes que intervienen en la formalización de las Prácticas Externas son:

- Coordinación de las prácticas externas. Profesor/a responsable de contactar con las entidades con las que existe un convenio para la realización de prácticas; garantizar que el ámbito formativo se ajusta al perfil del/de la estudiante; asegurar un tutor/a académico/a en la entidad colaboradora para cada estudiante.

- Profesorado tutor/a del estudiante. Responsable de efectuar el seguimiento y evaluación de la práctica formativa en coordinación con el tutor de la entidad colaboradora y con el/a



coordinador/a de las Prácticas Externas. Con este fin, mantiene contactos periódicos con el/la estudiante para detectar posibles disfunciones que puedan tener lugar.

-Tutor/a de la entidad colaboradora. Responsable de que se cumpla el Plan Formativo incluido en el perfil de la Práctica Externa.

Cada matriculado/a tendrá un/a tutor/a docente y un/a tutor/a en el centro colaborador.

Esta asignatura tiene en cuenta especialmente los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible:

- ODS 4: Educación de calidad. Meta 7, que el alumnado adquiera los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para promover el desarrollo sostenible, los derechos humanos, la igualdad de género, la promoción de una cultura de paz y no violencia, la ciudadanía mundial y la valoración de la diversidad cultural, y la contribución de la cultura al desarrollo sostenible.

- ODS 5: Igualdad de género. Meta 1, poner fin a todas las formas de discriminación contra todas las mujeres y las niñas en todo el mundo.

## CONOCIMIENTOS PREVIOS

### RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS DE LA MISMA TITULACIÓN

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

### OTROS TIPOS DE REQUISITOS

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

## COMPETENCIAS / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

### 2239 - Máster Universitario en Nuevos Period., Comunic. Política y Socied. Conoc.

Capacidad para aplicar metodologías y técnicas de investigación sociocomunicativa, cuantitativas y cualitativas, en el campo de los nuevos periodismos y de la comunicación política.

Capacidad para localizar, elaborar y gestionar fuentes informativas de toda naturaleza para abordar la acción informativa sobre asuntos sociales relevantes, como la libertad y la seguridad, la salud, la política, la actividad cultural, la acción comunicativa, etc., integrando en el proceso a las tecnologías de la información, la comunicación y la organización (TICO).

Desarrollar la sensibilidad por el trabajo realizado con rigor, compromiso y énfasis en correspondencia con los demás, a través del lenguaje inclusivo, no sexista y no discriminatorio.

Desplegar las facultades de iniciativa, proposición e inventiva en la selección de problemas y en la búsqueda de soluciones e intervenciones en contextos de trabajo.

Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.



Que los/las estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo

Que los/las 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.

Que los/las 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.

Respetar y promocionar los derechos fundamentales, la igualdad de oportunidades y la no discriminación por razones económicas o étnicas, por la opción sexual o por las creencias.

Respetar y promocionar los principios de igualdad entre hombres y mujeres, de accesibilidad universal de las personas con diversidad funcional, así como los valores democráticos, la cultura de la paz y de la sostenibilidad.

Ser capaz de realizar trabajos prácticos, adaptados a entornos comunicacionales reales, con especificidad en los campos de la comunicación política y/o de las nuevas especializaciones periodísticas, aplicando los conocimientos, las capacidades y las habilidades adquiridas.

## DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

### PROGRAMA FORMATIVO 1. Periodismo en medios de comunicación

Objetivo específico: Contribuir en las tareas y rutinas productivas propias de los medios de comunicación (prensa, radio, televisión, medios integrados, nativos digitales).

Actividades:

- Producción de información periodística: investigación, recopilación, contrastación, redacción y elaboración de piezas en cualquiera de los géneros periodísticos según el medio (noticias, boletines, entrevistas, reportajes, etc.).

- Adaptación de formatos a las particularidades del medio y publicación en redes sociales.

Perfil de la empresa: Medios de comunicación en cualquier soporte y periodicidad.

Perfil del tutor/a de la empresa: Periodistas o gestores/as de medios convencionales con experiencia.



---

## PROGRAMA FORMATIVO 2. Comunicación corporativa, institucional y política

Objetivo específico: Familiarizarse con la comunicación pública desarrollada por entidades públicas y privadas, fundaciones, instituciones, partidos políticos y organizaciones del tercer sector (ONG), vinculada a estrategias de construcción de la imagen o del discurso público (storytelling).

Actividades:

- Gestión comunicativa en gabinetes de comunicación: relaciones con los medios, convocatorias de prensa, entrevistas, cobertura de actos y producción de comunicados o notas de prensa y otro tipo de contenidos para su difusión en el entorno digital.
- Participación en la elaboración, desarrollo, seguimiento, evaluación y difusión de campañas y proyectos.

Perfil de la empresa: Empresas con gabinete de comunicación, corporaciones empresariales, instituciones públicas, partidos políticos, sindicatos, fundaciones, organizaciones y asociaciones del tercer sector.

Perfil del tutor/a de la empresa: Gestor/as de la comunicación corporativa, institucional o política.

## PROGRAMA FORMATIVO 3. Investigación y consultoría en comunicación

Objetivos específicos:

Adentrarse en la investigación de fenómenos sociales y procesos de comunicación, actuales o prospectivos, para todo tipo de organizaciones a través de distintas técnicas cuantitativas y cualitativas.

Contribuir en el desarrollo de campañas de posicionamiento público, construcción de imagen y comunicación de crisis, procesos electorales, etc.

Actividades:

- Participación en labores de investigación y análisis para la elaboración de informes estratégicos de comunicación.
- Apoyo en el diseño de estrategias de comunicación pública y relaciones institucionales.



Perfil de la empresa: Consultoras de comunicación, agencias de comunicación, centros de investigación y entidades públicas y privadas.

Perfil del tutor/a de la empresa: Asesores/as de comunicación, especialistas en comunicación estratégica y consultoría.

#### PROGRAMA FORMATIVO 4. Gestión de contenidos digitales y redes sociales

Objetivo específico: Gestionar contenidos en el entorno digital de acuerdo con las formas actuales de consumo comunicativo e interacción con los usuarios.

Actividades:

- Creación y gestión de contenidos: storytelling para vídeos, desarrollo de contenido creativo, copys para post y redes sociales.
- Documentación y búsqueda de tendencias en redes sociales.
- Gestión de comunidad en redes sociales.

Perfil de la empresa: Medios de comunicación, agencias informativas, entidades públicas o privadas, tercer sector.

**Perfil del tutor/a de la empresa: Gestores/as de contenidos digitales y redes sociales en empresas e instituciones**

### VOLUMEN DE TRABAJO (HORAS)

#### ACTIVIDADES PRESENCIALES

Actividad	Horas
Asistencia al centro de prácticas	120,00
Asistencia a actividades complementarias	4,00
Seguimiento y tutorización de las prácticas	6,00
<b>Total horas</b>	<b>130,00</b>

#### ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

Actividad	Horas
Estudio y trabajo autónomo	0,00
Preparación de informes complementarios	0,00



Preparación de la memoria y evaluación de las prácticas	20,00
<b>Total horas</b>	<b>20,00</b>

## METODOLOGÍA DOCENTE

- Tutorías
- Asistencia y participación en talleres, seminarios y conferencias
- Actividades formativas presenciales en centros de prácticas, con supervisores de seguimiento

## EVALUACIÓN

El sistema general de calificaciones seguirá la normativa de la Universitat de València aprobada por el Consell de Govern del día 30 de mayo de 2017. ACGUV 108/2017. La evaluación de las prácticas se realizará del siguiente modo: 1. Evaluación del seguimiento de las 120 horas de prácticas: 5% 2. Evaluación del trabajo realizado en el centro de prácticas, en función del Informe del Tutor/a de Prácticas de la Entidad: 45% 3. Evaluación del informe final de las prácticas externas, en función del Tutor/a de Prácticas del Máster: 50%. La persona encargada de la coordinación facilitará una plantilla específica para la realización de la memoria y fijará las fechas de las tutorías y entrega de la memoria. El alumnado puede superar la asignatura tras la realización de las prácticas; el suspenso supondría la realización de nuevas prácticas evaluables siguiendo los mismos criterios. En el desarrollo de las prácticas académicas externas, el uso de herramientas de IA deberá ajustarse estrictamente a las directrices establecidas por la institución y por los coordinadores de prácticas de cada grado. Se considerará uso indebido cualquier utilización de dichas herramientas que sustituya el trabajo autónomo del estudiante, implique plagio, genere información falsa o no verificable, o vulnere los principios éticos de la actividad formativa. Estas conductas podrán ser objeto de penalización conforme a la normativa vigente, pudiendo afectar tanto a la evaluación académica de las prácticas como a otras medidas disciplinarias o legales que resulten de aplicación.

## BIBLIOGRAFÍA

- Freixa, M. Novella, A. M. y Pérez-Escoda, N. (2012). Elementos para una buena experiencia de prácticas externas que favorece el aprendizaje. Octaedro.
- - Perreault, G. P., Foxman, M., Maares, P. y Hase, V. (2025). Epistemologies of Digital News Production: Power and Technological Adaptation in Knowledge Production. *Digital Journalism*, 13(3), 351-361. <https://doi.org/10.1080/21670811.2025.2462539>
- - Zabalza, M.A. (2016). El Prácticum y las prácticas externas en la formación universitaria. *Revista Practicum*, V1(1), 1-23 <http://revistapracticum.com> xto referencia
- International Center for Journalists. <https://ijnet.org/es/opportunities>
- López-Meri, A., Alonso-Muñoz, L. y Casero-Ripollés, A. (2020). What is Behind the Entrepreneurship Intention in Journalism? Entrepreneur Typologies Based on Student Perceptions. *Journalism Practice*, 15(3), 402-419. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1715821> referencia
- Sánchez-García, P. y Vicente Mariño, M. (2020). La formación de periodistas en Metodología en las universidades españolas para un perfil académico y de consultoría



digital. Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura, 62, 57-75. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3282>