

RESOLUCIÓN N°335/2023
VICERRECTORÍA ACADÉMICA

Santiago, 09 de agosto de 2023

VISTO:

1. La solicitud presentada por el director de la carrera de Publicidad, en orden a aprobar el Reglamento de Práctica Profesional para el Plan de Estudio N° 9 de esta carrera.
2. La Resolución de Vicerrectoría Académica N° 052/2020, del 29 de enero de 2020, que aprueba el Plan de Estudio N°9 de la carrera de Publicidad.

CONSIDERANDO:

1. El artículo 13 del Reglamento General de la Universidad Diego Portales.

RESUELVO:

1. Aprobar el Reglamento de Práctica Profesional para el Plan de Estudio N° 9 de la carrera de Publicidad, adjunto a esta resolución.
2. Que esta resolución entrará en vigencia a contar de su fecha de emisión, y regirá para el estudiantado inscrito en el Plan de Estudio N° 9 de la carrera de Publicidad.


Danae de los Ríos
Vicerrectora Académica

Distribución:

- Secretaría General
- Vicerrectoría Académica
- Decanato Facultad de Comunicación y Letras
- Dirección, Secretaría Académica y Secretaría de Estudios de Publicidad
- Dirección de Registro y Certificación

REGLAMENTO DE PRÁCTICA PROFESIONAL

Plan de Estudio N°9 de la Carrera de Publicidad

Artículo 1.

El presente reglamento norma las actividades y requisitos que regulan la práctica profesional para el estudiantado adscrito al Plan de Estudio N° 9 de la Carrera de Publicidad de la Universidad Diego Portales.

Artículo 2.

La Práctica Profesional es una instancia académica obligatoria y requisito para el egreso y titulación. Su objetivo es apoyar la inserción laboral a través de la incorporación temporal del estudiantado a una organización en la que asumirán condiciones similares a las de profesionales del área y en la que, en ningún caso, podrá realizarse como si fuera asesor externo de la organización.

La práctica profesional, permite consolidar competencias laborales a nivel educativo y, a través de sus resultados, evaluar si los aprendizajes definidos en el perfil de egreso se cumplen.

Artículo 3

La práctica profesional tiene una asignación de 16 créditos lo que equivale a 480 horas cronológicas.

Artículo 4: Requisitos para inscribir la práctica profesional.

Para inscribir y realizar la práctica profesional el o la estudiante debe haber aprobado 205 créditos del plan de estudio y, además, haber aprobado todas las asignaturas de la línea de laboratorios de Publicidad: Laboratorio de Investigación Publicitaria (PUB9111); Laboratorio de Narrativa de Marca (PUB9121); Laboratorio de Branding I (PUB9211); Laboratorio de Branding II (PUB9221); Laboratorio Transmedia (PUB9311); Laboratorio de Comunicación Integrada (PUB9321) y Clínica profesional (PUB9411).

Artículo 5: Proceso de inscripción y realización de la práctica profesional.

La práctica profesional se realiza durante el octavo semestre. El o la estudiante deberá solicitar a la coordinación de titulación y prácticas el documento "*pase de práctica*" vía correo electrónico indicando los siguientes antecedentes: *nombre completo, RUT, nombre y cargo del contacto de la organización que supervisará la práctica, nombre de la organización, área donde realizará la práctica, fecha de inicio y término.*

El lugar donde los y las estudiantes desarrollarán la práctica debe ser aprobado por la Coordinación de práctica, titulación y egresados(as), en función de las áreas de desarrollo definidas en el perfil de egreso.

Para formalizar su inscripción, el pase deberá ser completado y firmado por quién será su jefatura de práctica o por quien esté a cargo del área de RRHH de la organización. El o la estudiante deberá reenviar el pase (vía correo electrónico) a la Coordinación de práctica, titulación y egresados(as), en un plazo no superior a 72 horas.

La práctica profesional deberá realizarse en un solo lugar y durante un período de tiempo continuo. No se contemplan las extensiones de práctica más allá de las 480 horas asignadas en el plan de estudios.

Para todos los efectos, la jefatura directa de quien realice la práctica estará a cargo del trabajo y será con quien la coordinación se podría contactar para hacer seguimiento.

Artículo 6.

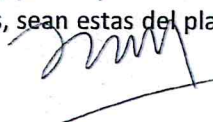
Como criterio general, en el desarrollo de la práctica profesional, el o la estudiante puede: Investigar, diagnosticar, crear, proponer, planificar, producir, implementar, gestionar y evaluar estrategias de marketing, de comunicación publicitaria y comunicación estratégica, en empresas con o sin fines de lucro, organismos públicos, privados, partidos políticos, agencias de publicidad, de medios, creativas y comunicación, medios de comunicación, productoras y empresas afines a la industria publicitaria.

Artículo 7.

La Escuela no reconocerá como práctica profesional trabajos realizados por el estudiantado, con anterioridad a los requisitos señalados en el artículo 4 o aquellos que no hayan sido informados oportunamente dentro de los plazos establecidos en los periodos de práctica indicados en el artículo 5.

Artículo 8.

La realización de la práctica profesional no exime a los y las estudiantes del cumplimiento de deberes académicos en las asignaturas inscritas en el mismo semestre en que se cursa, por lo que deberán respetar la asistencia y las fechas de entrega de trabajos, controles o pruebas, sean estas del plan de estudios de la carrera, CFG o inglés.



Artículo 9: Evaluación de la práctica.

La evaluación de la práctica profesional consta de tres informes:

1. Informe 1: evaluación del empleador. Corresponde a formulario entregado desde la Coordinación de Práctica, Titulación y egresados(as), que evalúa el perfil de egreso, habilidades y competencias de quien realice la práctica.
2. Informe 2: autoevaluación estudiante. Pauta de evaluación sobre los aprendizajes del proceso de la práctica profesional, así como también de las habilidades para el desarrollo profesional.
3. Informe 3: evaluación de la Coordinación de práctica, titulación y egresados(as). Formulario que mide la gestión y tramitación del proceso de la práctica.

El o la estudiante deberá solicitar a la Coordinación de Titulación, práctica y egresados(as), al menos una semana antes de finalizar el proceso, los documentos referidos al informe 1 y 2, y enviarlos en conjunto vía correo a la Coordinación de práctica, titulación y egresados(as), en un plazo no superior a 5 días hábiles a partir de la fecha de finalización de la práctica. Ambos documentos deben venir firmados para su tramitación y validación.

Artículo 10.

Para aprobar la Práctica Profesional se debe obtener una nota superior o igual a 4,0 (cuatro). Se considerará reprobada la práctica si se evalúa con nota insuficiente (inferior a cuatro).

El esquema de calificación de la nota se estructura de la siguiente manera:

CONCEPTO	%
Evaluación del empleador(a)	70%
Autoevaluación (dimensión académica y laboral/profesional)	10%
Evaluación Coordinación de práctica, titulación y egresados(as)	20%
TOTAL	100%

El resultado obtenido en la Práctica Profesional será ingresado al registro académico personal y se expresará en notas con un decimal, cuya escala es la siguiente:

- 7,0 Sobresaliente
- 6,0 - 6,9 Muy bueno
- 5,0 - 5,9 Bueno
- 4,0 - 4,9 Suficiente
- 3,0 - 3,9 Menos que suficiente
- 2,0 - 2,9 Deficiente
- 1,0 - 1,9 Malo



Artículo 11

Deberes de quien realiza la práctica:

- Una vez inscrita no podrá modificarse la organización, salvo que se acredite alguna situación de mala práctica laboral.
- Evidenciar un comportamiento ético y profesional, con el objetivo de mantener la imagen y reputación de la Escuela de Publicidad UDP.
- El o la estudiante en práctica deberá ceñirse a las normas internas de la organización.
- El o la estudiante deberá cumplir con los plazos indicados, salvo que haya causales asociadas a una enfermedad prolongada o razones imputables a la organización y que se justifiquen oportunamente y dentro del período de desarrollo de la práctica, considerando como máximo plazo el inicio del tercer mes. En estos casos se puede presentar una solicitud de *Nulidad de Práctica Profesional*.
- El o la estudiante no podrán hacer abandono sin justificación a partir de lo indicado anteriormente, en caso contrario, la práctica será reprobada y tendrá que ser inscrita nuevamente en el periodo siguiente.

Artículo 12

La inscripción de la práctica supone la aceptación de todos y cada uno de los artículos contenidos en este Reglamento.

Artículo 13

Los aspectos no contemplados en el presente Reglamento serán resueltos por el Comité Curricular de la Escuela de Publicidad, previa consulta al Comité de Carrera, Consejo de la Escuela o al Consejo de la Facultad y la aprobación de la Vicerrectoría Académica de la Universidad, según corresponda el caso.

