



Evaluación del desarrollo de
capacidades en la
empresa

Máster en Organización
y dirección de eventos
2025-26



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Evaluación del desarrollo de capacidades en la empresa

Titulación: Máster en Organización y dirección de eventos

Curso Académico: 2025-2026

Carácter: Prácticas externas

Idioma: Español

Modalidad: Presencial/A distancia

Créditos: 6

Curso: 1º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Dr. D. Fernando Toledano Cuervas-Mons

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

- 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 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.
- 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.
- 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
- Que los 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 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 hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía 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 aspectos políticos, sociales, económicos y éticos.
- Aplicar de manera práctica los conocimientos adquiridos en el programa formativo durante el desarrollo de la actividad profesional especializada en el área de la dirección y organización de eventos.
- Aplicar las técnicas de organización y dirección de eventos en el contexto de las empresas e instituciones, atendiendo las necesidades comunicativas de las mismas.
- Demostrar sensibilidad social en el desarrollo de su trabajo profesional dentro del respeto a la normativa vigente tanto a nivel español como europeo, a los códigos de buenas prácticas, a los criterios de autocontrol, a la igualdad de sexos, a las especiales necesidades de las personas discapacitadas, de la protección de la infancia y, en general, a los principios que se contienen en la Constitución Española y a los valores propios de la Cultura de la Paz

1.2. Resultados de aprendizaje

El estudiante al finalizar esta materia deberá:

Aplicar de manera práctica los conocimientos adquiridos a través de las materias desarrolladas en el plan de estudios del título.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Haber cursado o estar cursando las restantes materias.

2.2. 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

Modalidad Presencial

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF3	Tutorías	7,5	50%
AF5	Evaluación de capacidades profesionales	142,5	100%
		150	

Modalidad A Distancia

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF3	Tutorías	7,5	50%
AF5	Evaluación de capacidades profesionales	142,5	100%
		150	

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) será el siguiente:

- 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 evaluación¹

Modalidad Presencial

Convocatoria Ordinaria

Sistema de Evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE6. Certificado empresarial e Informe de la empresa	80%	80%
SE7. Informe de autoevaluación del alumno	20%	20%

Convocatoria Extraordinaria

Sistema de Evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE6. Certificado empresarial e Informe de la empresa	80%	80%
SE7. Informe de autoevaluación del alumno	20%	20%

Convocatoria Extraordinaria: La calificación final de la convocatoria se obtiene como suma ponderada entre la nota de la prueba final presencial extraordinaria y las calificaciones obtenidas por las actividades dirigidas en convocatoria ordinaria, siempre que la nota del examen extraordinario sea igual o superior a 5. Asimismo, será potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las actividades dirigidas si éstas no han sido entregadas en fecha, no han sido aprobadas o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

Modalidad a distancia

Convocatoria Ordinaria

Sistema de Evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE6. Certificado empresarial e Informe de la empresa	80%	80%
SE7. Informe de autoevaluación del alumno	20%	20%

Convocatoria Extraordinaria

Sistema de Evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE6. Certificado empresarial e Informe de la empresa	80%	80%
SE7. Informe de autoevaluación del alumno	20%	20%

¹ Según lo acordado en la Comisión de Garantía de Calidad y como queda recogido en las acciones de mejora del título (Memoria Anual de Funcionamiento curso 2022/23), el porcentaje de evaluación se adecúa a la directriz general de la Facultad de Comunicación y Artes, subsanando la errata de la Memoria de Verificación.

Convocatoria Extraordinaria: La calificación final de la convocatoria se obtiene como suma ponderada entre la nota de la prueba final presencial extraordinaria y las calificaciones obtenidas por las actividades dirigidas en convocatoria ordinaria, siempre que la nota del examen extraordinario sea igual o superior a 5. Asimismo, será potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las actividades dirigidas si éstas no han sido entregadas en fecha, no han sido aprobadas o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

3.3. Restricciones

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

4. BIBLIOGRAFÍA

- https://www.nebrija.com/la_universidad/transparencia/pdf/procedimiento_realizacion_practic_externas.pdf
- http://www.nebrija.com/vida_universitaria/practicas/index.php

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dr. D. Fernando Toledano Cuervas-Mons
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Doctor en Ciencias de la Información. Acreditado por ANECA
Correo electrónico de la Universidad Nebrija	ftoledan@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid- San Francisco de Sales
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora p or email
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	Director del Departamento de Publicidad de la Facultad de Artes y Comunicación. Acreditado por ANECA en las figuras de contratado doctor, universidad privada y ayudante doctor. Doctor en Ciencias de la información por la Universidad Complutense de Madrid. Máster en Publicidad por ICADE (Universidad Comillas). Licenciado en Ciencias de la Información por la UCM, especialidad en Comunicación audiovisual. Ha trabajado en Gardoqui-Gold; Publicis y RdA Comunicación. Ha sido docente en el Curso de Creatividad Publicitaria y de la Comunicación del IED (Istituto Europeo di Design). Pertenece al Comité Ejecutivo del Capítulo Académico de la IAA (International Advertising Association). Ha sido director del Grado en Publicidad y RR.PP. y del Grado en Marketing y Comunicación Comercial.

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Toledano, F., Ortega, E. y Sánchez, D. (2022). La narrativa del activismo como tendencia en la publicidad: campaña “In Spain we call it igualdad”. <i>Visual Review. International Visual Culture Review</i>. - Toledano, F., Ramos, M. y Sánchez, A. (2022). <i>Identidad gráfica y estrategia publicitaria en las series españolas</i>. Valencia: Tirant Lo Blanch. - Toledano, F. y Saavedra, M. (2022). La comunicación como estudio transversal: evolución de las facultades especializadas en España. <i>Revista de Comunicación de la SEECI</i>. - Toledano, F. Selva, D. y Díaz-Masa, J. (2021). <i>La transformación digital de la comunicación: nuevas fórmulas de creación, producción y distribución de contenidos de marca</i>. Valencia: Tirant Lo Blanch. – Toledano, F., Olivares, J. y Santacruz, N. (2020). <i>Nuevos perfiles profesionales y su integración en la industria publicitaria: de la transformación digital a un nuevo modelo de agencia en Sociedad digital & empleabilidad en comunicación</i>. Salamanca: Comunicación social. - Toledano, F. y de Miguel, M. (2018). <i>Storytelling y Storydoing: técnicas narrativas para la creación de experiencias publicitarias en Creatividad en Publicidad: Del impacto al compartó</i>. Madrid: Dykinson. - Toledano, F. y Núñez, P. (2017). <i>La formación de la creatividad: una instantánea de los grados universitarios en El creativo publicitario en la era digital</i>. Madrid: Síntesis. - Toledano, F., Miguel, B. y Grijalba, N. (2016). <i>La transformación de la industria publicitaria: nuevos perfiles y competencias del creativo publicitario</i>. Madrid: Dykinson. - Toledano, F.; Polo, S. (2015). <i>Presencia, respuesta, generación y sugerencia (PRGS) en campañas publicitarias en redes sociales</i>. En <i>Comunicación e interactividad</i>. ACCI. Páginas 513-530. - Toledano, F.; Miguel, B. (2015). <i>Herramientas de marketing de contenido para la generación de tráfico cualificado online</i>. Opción. Vol. 31. Páginas 978-996. Toledano, F.; Grijalba, N. (2011). <i>El entretenimiento como estrategia de comunicación</i>. En <i>Investigaciones educomunicativas en la sociedad multipantalla</i>. Fragua. Páginas 273-286
---	--