

Regulamento para prácticas en empresas e institucións

PRIMEIRO. Obxecto

O presente regulamento ten por obxecto establecer os parámetros básicos de desenvolvemento das prácticas en empresas e institucións necesarias para a obtención do título de Máster en Dirección de Arte Publicitaria da Facultade de Ciencias Sociais e da Comunicación da Universidade de Vigo dacordo co plano de estudos da titulación.

A Memoria do Título recolle que o estas prácticas teñen un valor de 6 créditos correspondentes ó segundo semestre do curso e adscritos ó Módulo 3: Dirección Creativa dunha campaña de publicidade.

SEGUNDO. Normas xerais

1. As prácticas deberán ser realizadas de xeito **individual** e requirirán unha adicación de 150 horas, segundo se establece na Memoria do Máster.
2. Será necesario asinar un **convenio** coa empresa ou institución correspondente.
3. As prácticas **non serán remuneradas**, e a Comisión Académica será a responsable de asignarlle a cada estudante unha empresa ou institución.
4. O período de prácticas será o curso académico, puidendo realizarse entre os meses de setembro e xullo.

TERCEIRO. Valoración

1. Ao rematar as prácticas, a empresa deberá de emitir un informe no que se avale o período de prácticas realizado polo/a alumno/a.
2. As prácticas en empresas será cualificadas en función da escala numérica de 0 a 10, con expresión dun decimal, conforme ó establecido no Real Decreto 1125/2003.
3. Existe a posibilidade de convalidar estas prácticas sempre e cando o/a estudante acredite o desempeño de postos de traballo en deseño ou creatividade publicitaria a través dunha vida laboral ou similar.
4. No caso de que algún dos estudantes non acade a puntuación mínima de aprobado (5 puntos) a Comisión Académica deberá de emitir un informe motivado.