

La memoria es recopilación de todas aquellas funciones desempeñadas durante tu prácticas.

Es recomendable que sigas el índice que tienes en el ejemplo de Memoria que verás a continuación y que detalles cada uno de los puntos incluidos en el mismo, aunque aportando todo lo que consideres y dándole tu toque personal.

Es importante que además del contenido, la presentación sea lo más cuidada posible, original y en formato PDF. La extensión de la memoria depende de ti y si lo consideras, consultando previamente a la empresa para obtener su permiso, puedes incluir anexos: capturas de pantalla, imágenes, textos...

Además, es importante que leas con atención los siguientes puntos:

1. El **plazo de entrega máximo** de la memoria será hasta los **7 días siguientes** de la fecha oficial de finalización de las prácticas (la que aparece en el Acuerdo de prácticas). En el caso de que tus prácticas sean en los meses de **julio y agosto**, la memoria deberá entregarse como máximo **5 días antes** de la fecha oficial de matriculación prevista para septiembre.
2. La memoria debe entregarse a través de **UACloud**, tarjeta de **Prácticas en Empresa**, por cualquiera de las dos vías:
 - Menú **Mis Prácticas**: en **Más Información** accedes a la ficha de la práctica y en la pestaña Tutor/a UA puedes enviar un **Mensaje** y adjuntar la memoria.
 - Menú **Comunicación**: en **Tutoría**, puedes escoger la asignatura de Prácticas Externas y el Tutor/a UA y enviar una tutoría, adjuntando la memoria.
3. Una vez que hayas finalizado tus prácticas, tendrás activa en **UACloud - Prácticas en Empresa - Cuestionario**, la encuesta de satisfacción de las prácticas externas. Deberás cumplimentarla e incluir una captura de pantalla del e-mail recibido en el último punto de la memoria.
4. La **calificación final** de la asignatura Prácticas Externas corresponde al Tutor/a UA. Se asignará una puntuación numérica de 0 a 10, a partir del informe obtenido del Tutor/a Empresa, la memoria de prácticas y la información acumulada durante el proceso continuo de supervisión de la práctica. La ponderación de la nota final correspondiente a la empresa asciende al 60%, siendo el 40% restante, la parte de la calificación que obedece al criterio del Tutor o Tutora UA.

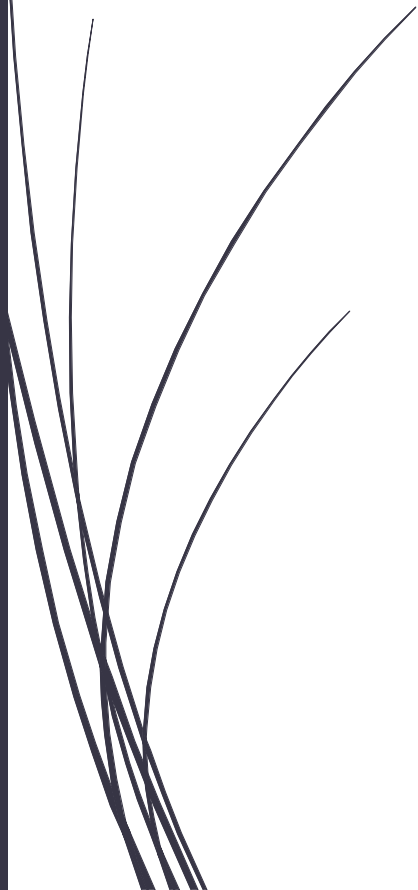
A continuación, tienes un ejemplo de Memoria de prácticas que te muestra el **índice de contenido** que debes seguir y te servirá como guía. Ánimo



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante



MEMORIA DE PRÁCTICAS



ÍNDICE

- **DATOS GENERALES**

DATOS GENERALES DEL ALUMNO/A

DATOS DE LA EMPRESA

CALENDARIO Y HORARIO DE PRÁCTICAS

- **CENTRO DE REALIZACION DE LAS PRÁCTICAS**

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA

DEPARTAMENTO Y ÁREA DE UBICACIÓN DEL ALUMNO EN PRÁCTICAS

INFRAESTRUCTURA DEL CENTRO O LUGAR DE TRABAJO Y MATERIAL DE APOYO EXISTENTE

PERSONAL DEL LUGAR DE TRABAJO

- **MEMORIA Y DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS**

OBJETIVOS PLANTEADOS AL ALUMNO/A EN PRÁCTICAS

DESCRIPCIÓN DE LAS TAREAS Y TRABAJOS DESARROLLADOS Y VALORACIÓN DE LAS MISMAS Y DE LOS CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS ADQUIRIDAS

- **FORMACIÓN PREVIA DURANTE LA CARRERA CURSADA Y APROVECHAMIENTO DE LA MISMA DURANTE LAS PRÁCTICAS REALIZADAS EN LA EMPRESA**

- **VALORACIÓN DE LAS PRÁCTICAS**

- **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

- **COMPROBANTE REALIZACIÓN CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN CON LAS PRÁCTICAS**

- **ANEXOS**

- **DATOS GENERALES**

Datos generales del alumno/a

Nombre:

Apellidos:

Dirección:

CP:

Teléfono:

E-mail:

Localidad:

Datos de la empresa

Razón social:

Dirección:

Localidad:

Teléfono:

Persona de contacto o tutor/a en la empresa:

Cargo de la persona de contacto:

Calendario y horario de prácticas

Días semanales: de lunes a viernes

Horario diario: de 9:00 a 13:00 h. (4 horas)

Inicio de las prácticas: jueves, 5 de octubre de 2017

Fin de las prácticas: viernes, 2 de febrero de 2018

Días asistidos: del 5 octubre al 2 de febrero, excepto días festivos

Total días: 75 días

Total horas realizadas: 300 horas

- **CENTRO DE REALIZACIÓN DE LAS PRÁCTICAS**

Actividad de la empresa

- Posicionamiento web
- Diseño páginas web
- Campañas CPC
- Gestión de Redes Sociales
- Marketing online
- Aplicaciones móviles
- LOPD / LSSI
- Software a medida
- Hosting web

Departamento y área de ubicación del alumno en prácticas



Infraestructura del centro o lugar de trabajo y material de apoyo existente

La agencia XXX está ubicada en ----- de Alicante. Dentro de la agencia hay varios departamentos dedicados a diferentes actividades. En cada uno de ellos, hay ordenadores (Windows) con conexión a Internet distribuidos en las diferentes mesas.

Durante mi periodo de prácticas en la empresa tuve plena libertad para utilizar el material disponible, así como de tener el privilegio de disponer de un ordenador

exclusivamente para mí. Además, contaba con numerosos programas para realizar mis actividades y también gran variedad de material físico como bolígrafos, libros o folios. Podía utilizar cualquier cosa que necesitase sin ningún problema.

Personal del lugar de trabajo

En la empresa tuve la oportunidad de trabajar con diferentes profesionales del sector del Marketing Digital como programadores web, community managers, diseñadores gráficos, técnicos en e-commerce, etc.

Es realmente positivo conocer las diferentes facetas de cada profesional y qué tareas realiza, ya que ello permite conocer más el mundo profesional de la publicidad y ver qué despierta realmente tu interés. Es una gran satisfacción ver que el trabajo realizado conjuntamente obtiene sus frutos.

En XXX hay un excelente ambiente de trabajo y todos y cada uno de los componentes del equipo han estado en todo momento para ayudarme de manera amable y generosa. Desde el primer día se han mostrado interesados por mi función en la agencia y han hecho que mis prácticas sean mucho más agradables y divertidas. Además, he podido aprender mucho de ellos gracias a sus consejos y sus experiencias.

• MEMORIA Y DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS

Objetivos planteados al alumno/a en prácticas

Mi objetivo general en la empresa era crear contenido para los blogs de los clientes y gestionar las redes sociales. Apoyo en el área de Community Management, con la correspondiente realización del social media plan y el seguimiento del mismo, la redacción de contenidos como copy creativo y el feedback en las diferentes redes sociales de los clientes.

A fin de cuentas, adquirir nuevos conceptos y aplicar los ya aprendidos en el grado de Publicidad y Relaciones Públicas desde una perspectiva mucho más amplia y práctica.

Objetivos específicos

-Aplicar los conocimientos teóricos aprendidos en el grado de manera práctica.

-Aprender nuevos conceptos y herramientas relacionadas con el social media y el mundo del marketing online.

-Aplicar la metodología de trabajo del día a día real de un Community Manager en una agencia de comunicación.

Descripción de las tareas y trabajos desarrollados y valoración de las mismas y de los conocimientos y competencias adquiridas

Redacción publicitaria como copy creativo:

Desarrollo de textos para las diferentes redes sociales de cada cliente de la agencia teniendo en cuenta su tono de comunicación, su estructura, puntos fuertes y débiles, asociación de conceptos para generar textos creativos, y diferentes elementos que hacen que un texto sea más legible como la sencillez, claridad, brevedad y originalidad.

Durante mi período de prácticas, he desarrollado diferentes textos para las redes sociales de Facebook, Instagram y Twitter con clientes muy distintos entre ellos.

He escrito para restaurantes del sector gastronómico, marcas de ropa infantil, marcas de zapatos para mujer, empresas de muebles...etc.

A la hora de escribir, es muy importante tener presente el tono de comunicación de la empresa, ya que continuamente me he encontrado escribiendo para varios clientes de manera simultánea y me resultaba difícil al principio, hasta que finalmente con la práctica en pocos minutos te salía solo. Para conseguir captar la esencia de comunicación de cada uno de ellos, realizaba una previa investigación de cómo escribían las anteriores publicaciones, si era todo un tono idealizado, serio, divertido, cercano... así como el empleo de hastags o iconos para hacer más amena la comunicación.

Los artículos para el blog de los restaurantes XXX y XXX, me resultaban bastante divertidos y entretenidos ya que elegía el tema que yo quería, siempre enfocado al mundo culinario y desarrollaba un post en el que mostraba temas más allá de la comida. Además, lo completaba con fotografías de los espacios tan especiales que conforman estos dos restaurantes.

El blog de XXX también lo manejaba yo, era quien escribía cada semana los artículos que se iban a publicar. Entre mi compañera X, que era mi supervisora en la empresa y yo, elegíamos los posts semanales para que yo los pudiera escribir después. Me gusta mucho el mundo de la moda, por eso, disfrutaba escribiendo para este cliente. Los temas, aunque muy variados, siempre debían hacer referencia a sus

productos y, aunque para mi gusto, sea una marca para mujeres más mayores, yo siempre intentaba darle un enfoque juvenil y moderno.

En XXX, una marca de ropa para niños, me era muy difícil encontrar temas para el blog, ya que, aparte de no estar muy metida en el mundo infantil, Internet tampoco te facilita la búsqueda de temas relacionados, a diferencia de lo que pasa con la ropa para adultos.

También he trabajado con empresas del sector salud, más concretamente con dos dentistas. Uno de ellos, XXX, ya era cliente antes de que yo entrara en la agencia. Me gustaba mucho escribir para esta empresa ya que nos daban la libertad para crear el contenido de sus redes sociales, así como poner emoticonos en todas las publicaciones, lo que me resultaba divertido y llevadero.

El segundo cliente, XXX, entro el pasado mes de diciembre. Era un cliente nuevo para el que teníamos que realizar contenido y mi papel fundamental fue informarme sobre todos sus movimientos tanto en Facebook como en las demás redes sociales para poder tener en cuenta cómo eran sus trabajos anteriormente y en qué debían mejorar.

Esta ha sido una de mis tareas favoritas durante mi periodo de prácticas en XXX y que sin ninguna duda he disfrutado mucho ya que me gusta mucho escribir y, aunque hay algunos temas que no sean muy afines a mí, siempre es bueno aprender sobre cosas nuevas. Con la realización de estas tareas he aprendido a escribir más fácilmente textos sin demorar mucho tiempo en ellos, recogiendo los aspectos clave de cada cliente y transmitiéndolos de manera creativa al público objetivo al que se de dirigían.

Programación de publicaciones en Instagram y revisión de las diferentes redes sociales:

La revisión de las redes sociales es una de las tareas principales que se debe realizar cada día en cada uno de los clientes para observar los comentarios, me gusta, posibles opiniones o preguntas. Dentro de la revisión, también se adjuntaba comprobación de que cada publicación estuviese en su lugar indicado, con la hora adecuada, el texto correcto, así como su enlace.

Todas las semanas, nada más llegar a la oficina, me encargaba de revisar las diferentes redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram. Después, me encargaba de programar cada publicación ya programada en Facebook, realizarlo de la misma forma en Instagram y Twitter, con su respectivo texto e imagen.

Al acabar, llevaba a cabo mi tarea de Copy Writer y programaba cada publicación en su red social correcta. Debía tener en cuenta que la temática de cada post no se repitiese y que tuviese relación con el día que se publicaba.

Esta tarea es sin duda primordial en el perfil de un Community Manager, ya que pienso que la organización y el orden están más que presentes en esta actividad. No me disgustaba, era algo rutinario y monótono. También decir que fue sencillo de aprender.

Faceta de diseñadora y programadora web:

A parte de realizar mis tareas, también ayudaba a mi compañero X, el diseñador gráfico de la agencia y a X y X, los programadores web.

Aunque nunca se me ha dado bien el diseño, he de decir que me sentía muy cómoda realizando creativities. Además, Alex siempre ha estado ahí para enseñarme y ayudarme en todo lo que necesitara y la verdad que me voy de la agencia sabiendo mucho más sobre diseño y Photoshop.

También he manejado el WordPress desde el interior, ayudando a mis compañeros a organizar la parte interna de los blogs. Añadir entradas, añadir fotografías, cambiar elementos...etc. La verdad es que he descubierto un mundo con el que anteriormente no estaba familiarizada y no cabe duda de que en un futuro podré aplicar todas las cosas que he aprendido.

Búsqueda de prescriptor o influencer para cada cliente:

A la hora de buscar un influencer para una marca hay que tener en cuenta las diferentes características que tiene cada uno de ellos que nos puedan servir para conseguir más público objetivo en nuestro respectivo cliente.

En esta ocasión, mi tarea consistía en buscar un influencer, ya fuera chico o chica, para patrocinar y dar a conocer una nueva marca de relojes que acaba de empezar.

Con la colaboración de estos prescriptores de marca se pretendía conseguir que nuestro target se interesara por participar en los respectivos concursos o sorteos que iba a realizar la marca con motivo de su lanzamiento. Además de conseguir nuevos "fans" para el cliente.

En primer lugar, hice una investigación de personajes de moda, para posteriormente poder comunicarme con ellos y conocer su presupuesto y su disponibilidad con la

marca. Fueron muchos los representantes que me contestaron y que estaban dispuestos a colaborar con nosotros, pero por varios motivos, como, por ejemplo, el precio que pedían, al cliente le era totalmente imposible poder contar con ellos.

Finalmente, XXX, pudo contactar con una buena amiga suya, X, que fue la que dio nombre a los relojes de la marca. Una gran experiencia que pude vivir de cerca y con la que me siento muy feliz a día de hoy.

Realización de propuestas social media para clientes:

Cada mes y más con la entrada de nuevos clientes en la agencia, me dedicaba a investigar qué es lo que habían estado haciendo en sus respectivas redes sociales en lo que se refiere a la comunicación. He de decir que estaban bastante desactualizadas y mal presentadas de cara al público.

Mi función consistía en la investigación del mercado y de su competencia para captar nuevas tendencias y formas que estuviesen empleando para poder utilizarlas con nuestro cliente.

En XXX, por ejemplo, los lunes se publicaba algún servicio que se realizara en su clínica. Los miércoles se compartía un consejo dental y los viernes el artículo de algún experto. Era yo la encargada de elaborar las creatividades para los consejos en Photoshop, buscar los servicios para compartirlos en redes sociales, así como los artículos.

Este trabajo me gustaba bastante, ya que indagaba en muchísimas páginas de empresas de diferentes estilos y me di cuenta de que la comunicación en las redes sociales es bastante escasa si no tienes a alguien que te la gestione y que entienda del tema.

- **FORMACIÓN PREVIA DURANTE LA CARRERA CURSADA Y APROVECHAMIENTO DE LA MISMA DURANTE LAS PRÁCTICAS REALIZADAS EN LA EMPRESA**

A lo largo de la carrera he cursado asignaturas muy diferentes pero que al mismo tiempo eran muy semejantes entre sí. Actualmente, me encuentro estudiando Publicidad y Relaciones Públicas y en la agencia de prácticas llevé a cabo “marketing digital”. La conexión entre ambas es muy estrecha y cercana.

Durante estos años he cursado asignaturas que he podido poner en práctica más tarde

en mis prácticas:

Comunicación corporativa e Imagen corporativa:

La comunicación corporativa hace referencia a la comunicación que dedica la empresa sobre sí misma siguiendo una línea en su imagen, donde entra en juego la imagen corporativa en el estudio de los recursos y activos intangibles aplicables a la visualización de la imagen y la gestión de la misma.

En mis tareas de Community Manager, en la creación de publicaciones en las distintas redes sociales y el feedback con comentarios de los usuarios, he tenido en cuenta la imagen y la comunicación corporativa que pretende abordar cada marca y los valores que cada representan. La marca comunica con intención o sin ella y hay que tener en cuenta cada aspecto.

Elaboración de textos publicitarios:

El conocimiento de los distintos aspectos de la redacción creativa, el tratamiento de los textos para que vaya dirigido al público al que se dirige y la elaboración de estrategias de comunicación a partir de briefings.

En el ámbito de community management, la adaptación de los textos al público objetivo es de vital importancia y con esta asignatura tan práctica he podido aplicar cada técnica a las prácticas de empresa, como la elección de un público objetivo específico y concreto.

Estrategia de la publicidad y las relaciones públicas:

El conocimiento en la dirección y gestión estratégica de las organizaciones y la aplicación de diferentes modelos para desarrollar procesos estratégicos como la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas. Me ha servido en mis tareas de realización de nuevas propuestas de social media para los informes de clientes.

Técnicas de comunicación audiovisual:

La introducción al ámbito de los medios audiovisuales desde la técnica, herramienta o procedimientos para desarrollar cualquier comunicación audiovisual. En este aspecto, me ha servido para aprender conceptos básicos sobre fotografía, así como para meterme un poco más en el mundo del diseño. He podido asentar conceptos de cámara de fotografía y grabación, así como del empleo de los elementos necesarios para la realización de esta tarea.

Fundamentos de la creatividad:

Profundizar en el concepto de la creatividad y en métodos de creación. Esta asignatura me ha servido en todo momento para cualquier aspecto de las prácticas como la redacción publicitaria, aportación de ideas para campañas o elaboración de estrategias de comunicación creativas.

Nuevas formas publicitarias:

Se trata de una optativa donde se estudian las diferentes formas emergentes de comunicación no convencional, todas ellas aplicadas a las nuevas tecnologías. En ese aspecto, me ha aportado los conocimientos necesarios a la hora de realizar las diferentes tareas de community management (creación de contenido, gestión de redes sociales, planificación de redes, investigación online de los clientes y detectar nuevas tendencias en el mundo digital).

Investigación y planificación de medios:

Esta asignatura consiste en la planificación de los diferentes soportes para la difusión de las campañas de comunicación, el control y seguimiento de la audiencia de dichos soportes y su eficacia, siguiendo los objetivos de comunicación definidos para llegar al target. En este sentido, me ha ayudado a tener un pensamiento más estratégico como planner a la hora de proponer nuevas estrategias y tener en cuenta más que nunca el presupuesto del que disponemos y la temporalidad de la campaña.

- **VALORACIÓN DE LAS PRÁCTICAS**

Una vez llegada a cuarto de carrera, era el momento de plantearme mi futuro laboral y qué mejor manera para adentrarme en este mundo que realizando prácticas en alguna empresa en la que quisiera profundizar. El 5 de octubre empecé mis prácticas en XXX. En un principio entré para escribir en los blogs de los clientes y gestionar las redes sociales, pero durante el periodo de prácticas he podido realizar muchas más tareas. He gestionado las redes sociales, tanto en su contenido como en su planificación. También he realizado tareas de diseño para algunos clientes y he aprendido lo básico sobre el trabajo de un programador web. Lo que más me ha gustado ha sido poder ver de primera mano cómo se realizan las campañas en Facebook Ads o Adwords, un mundo totalmente desconocido para mí. Saber que cómo se planifica y se ejecuta toda esa publicidad que nos aparece por todas partes cuando trabajamos en el mundo digital, ya sea en páginas web o en redes sociales.

Desde el primer momento he tenido la ayuda necesaria en cada una de las tareas que me han encomendado y también he disfrutado de la amabilidad de todos mis compañeros tanto a nivel profesional como personal.

He seguido aprendiendo más en el mundo del marketing digital, teniendo más obligaciones en muchos de mis deberes diarios y eso, sin duda, me ha encantado. Todas las tareas me fascinaban, en especial la de idear y pensar estrategias para los clientes, creo que el perfil de planner está en mis planes de futuro.

Solamente tengo buenas palabras para todos y cada uno de mis compañeros, desde los dos jefes de la agencia, X y X, pasando por el diseñador gráfico, X, los dos programadores web, X y X o y sobre todo, para mi “supervisora” X, con la cual he aprendido muchísimas cosas que me van a servir de gran ayuda de cara al mundo laboral.

Además, aunque actualmente no se me ha ofrecido la posibilidad de continuar mis prácticas en la agencia, no han dudado en tenerme en cuenta para un posible futuro. Mi tutor en la empresa me ha escrito una carta de recomendación para incluir en mi currículum. Una pasada.

- **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, D./Dña. XXX alumno/a de Publicidad y RR.PP. 4º curso de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Alicante, asumo la responsabilidad de la veracidad de los datos e información recogidos en esta memoria, y declaro ser consciente de las consecuencias académicas que pudieran derivarse de la falsificación de cualquiera de los datos y/o información anteriormente referida.

Alicante a de de 2019

- **COMPROBANTE DE REALIZACIÓN DEL CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN CON LAS PRÁCTICAS**

Forwarded message -----

From: <utc@ua.es>

Date: dom., 9 sept. 2018 a las 20:06

Subject: Confirmación realización encuesta prácticas externas: Entregar a tutor/a UA

To:

Muchas gracias por responder al cuestionario de Satisfacción con las prácticas en empresas o instituciones que has realizado en el curso 2017-2018.

NO BORRES este correo que te servirá como comprobante de que se ha cumplimentado de forma correcta:

Recuerda que debes entregar este justificante a tu tutor/a de la UA.

Tu opinión nos ayudará a mejorar en el próximo curso.

- **ANEXOS**