

GUÍA DOCENTE
“PRÁCTICAS EXTERNAS”

GRADO EN MARKETING

CURSO 2018-19

Fecha de publicación: 09.07.2018

I. Identificación de la Asignatura	
Tipo	OBLIGATORIA
Periodo de impartición	ANUAL
Nº de Créditos	24
Idioma en que se imparte	CASTELLANO/INGLÉS

II. Presentación
<p>La regulación de las prácticas académicas externas en la Universidad Rey Juan Carlos, constituye una obligación jurídica de primer orden, correlativa al derecho de los estudiantes a su realización y desarrollo, conforme el artículo 24 del Real Decreto 1791/2010, de 30 de diciembre, en las condiciones que dicha Universidad establezca, y el propio artículo 141 a) de los Estatutos de dicha Universidad, en cuanto al derecho de los mismos a recibir una formación integral y una enseñanza de calidad, tanto teórica como práctica.</p> <p>Mediante la realización de las prácticas externas, los estudiantes de la Universidad Rey Juan Carlos se inician en el ejercicio de actividades profesionales relacionadas, principalmente con su formación, preparándose de ese modo, para su incorporación al mercado de trabajo, como finalidad primordial.</p> <p>El objetivo de la asignatura es proporcionar la formación académica necesaria para preparar al estudiante en el ejercicio de actividades profesionales y facilitar así su incorporación al mercado de trabajo.</p>

III. Competencias
Competencias Generales
<p>(CG1). Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.</p> <p>(CG2). Capacidad de organización y planificación: Aplicada a una empresa u organización, identificando sus fortalezas y debilidades.</p> <p>(CG10). Motivación por la calidad y el rigor en el trabajo.</p> <p>(CG11) -Motivación por la calidad y el rigor en el trabajo. (CG12). Creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor.</p> <p>(CG13). Capacidad y fluidez en la comunicación: el alumno deberá ser capaz de integrarse en la empresa u organización y establecer mecanismos de comunicación formal e informal.</p> <p>(CG14). Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar. (CG15)-Trabajo en un contexto internacional.</p> <p>(CG16). Habilidad en las relaciones personales.</p> <p>(CG17). Capacidad para trabajar en entornos diversos y multiculturales: reconocimiento y respeto a la diversidad.</p> <p>(CG18). Capacidad crítica y autocrítica. (CG19). Compromiso ético en el trabajo.</p>

(CG20). Trabajar en entornos de presión. (CG21). Aprendizaje autónomo
(CG22). Adaptación a nuevas situaciones. (CG23). Creatividad.
(CG24). Liderazgo.

(CG25). Iniciativa y espíritu emprendedor. (CG26). Motivación por la calidad.
(CG27). Sensibilidad hacia temas medioambientales y sociales.

Competencias Específicas

(CE1). Gestionar y Administrar la función comercial de una empresa u organización, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades.

(CE2). Integrarse en el área funcional de marketing de una empresa u organización y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada

(CE3). Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa y en especial del área de marketing e investigación de mercados

(CE4). Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados

(CE5). Redactar proyectos de gestión global o áreas funcionales de la empresa relativas al ámbito del marketing e investigación de mercados

(CE6). Entender el impacto del entorno histórico-jurídico-económico en la empresa y en especial en el área de marketing en el ámbito nacional e internacional.

(CE7). Conocer y aplicar los conceptos fundamentales relativos al régimen jurídico que afecta al mercado y en particular a la empresa y sus decisiones.

(CE8). Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas necesarias para el diagnóstico y análisis empresarial, así como para su aplicación en la gestión de marketing en la empresa.

(CE9). Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.

(CE10). Ser capaz de llevar a cabo la planificación de marketing estratégico. (CE11). Ser capaz de identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing.

(CE11)-Ser capaz de identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing.

(CE12). Conocer y ser capaz de desarrollar el proceso de Investigación Comercial.

(CE13). Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos. (CE14). Comprender el papel y la importancia de la comunicación integrada de marketing.

(CE15). Ser capaz de diseñar e implantar un plan de comunicación integrada de marketing.

(CE16). Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas apropiadas para la resolución de problemas de comunicación comercial.

(CE17). Ser capaz de identificar los problemas relacionados con la gestión de los

canales de distribución y de las organizaciones que conforman el sistema comercial.
(CE18). Ser capaz de gestionar la función de ventas en las organizaciones.

(CE19). Ser capaz de aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados.

(CE20). Ser capaz de presentar y defender un proyecto completo que integre las actividades de marketing o Plan de Marketing.

IV. Contenido

IV.1. Temario de la asignatura

El módulo de prácticas externas de todos los estudios de Grado de la Universidad Rey Juan Carlos, con las particularidades que se puedan establecer para cada título, tendrán los siguientes objetivos educativos, acordes con las competencias que se quieren desarrollar en los graduados:

- a) Permitir al estudiante la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos en su formación académica, preparándole para el ejercicio de actividades profesionales y facilitando su incorporación al mercado de trabajo.
- b) Contribuir a la formación integral de los estudiantes, complementando sus enseñanzas teóricas y prácticas.
- c) Facilitar el conocimiento de la metodología de trabajo adecuada a la realidad profesional en que los estudiantes habrán de operar como graduados, contrastando y aplicando los conocimientos adquiridos.
- c) Preparar a los estudiantes para el desarrollo del trabajo en equipo.

- d) Favorecer el desarrollo de la capacidad de decisión y del espíritu crítico de los estudiantes.

Para la realización de prácticas externas, el estudiante deberá haber superado al menos el 50% de los créditos necesarios para la obtención del título que esté cursando y deberán tener matrícula en vigor durante el curso académico en el que se realicen las prácticas.

Los períodos de realización de las prácticas estarán comprendidos en el curso académico en el que el estudiante esté matriculado. Es decir, un periodo de prácticas se circunscribirá a un único curso académico (1 de septiembre-31 de agosto). Si unas prácticas están previstas para realizarse en un periodo que abarque parcialmente dos cursos académicos, solo se autorizará la parte correspondiente al segundo de ellos cuando el alumno haya formalizado su matrícula universitaria en dicho curso.

Las prácticas externas curriculares deberán tener la duración mínima que establezca el plan de estudios correspondiente de acuerdo con los siguientes criterios:

- Estudiantes que comenzaron estudios en cursos 2015-16 y anteriores – 300 horas
- Estudiantes de nuevo ingreso en el curso 2016-2017 y siguiente – 500 horas

Con el fin de asegurar el correcto desarrollo de las actividades académicas del estudiante, la duración de las prácticas no podrá exceder, además, del 50% de la duración del curso académico, por lo que los alumnos podrán realizar en total (incluyendo prácticas curriculares y prácticas extracurriculares), un máximo de 900 horas de prácticas por curso académico. Este número de horas es también el máximo permitido a realizar en una misma entidad.

IV.2. Actividades Formativas

Tipo	Descripción
Prácticas / Resolución de ejercicios	Realización de prácticas en la empresa
Otras	Tutoría por parte del tutor académico y profesional
Elaboración del informe de seguimiento y memoria prácticas externas	Realización informe de seguimiento y memoria prácticas externas

V. Tiempo de Trabajo

Asistencia a prácticas externas empresa	300	500
Asistencia a tutorías	50	83
Elaboración informe de seguimiento	185	85
Elaboración de la memoria final	185	85
Total de horas de trabajo del estudiante	720	720

VI. Metodología y Plan de Trabajo

Tipo	Periodo	Contenido
Asistencia a tutorías	A requerimiento o por acuerdo entre el tutor y el estudiante	Asistencia a tutorías con el tutor
Elaboración informe seguimiento	50% duración total de las prácticas	Elaboración del informe seguimiento
Elaboración memoria PE	Final periodo duración de las prácticas	Realización de la memoria de prácticas externas

Prácticas	Duración total del periodo de prácticas	Realización de prácticas en empresa
-----------	---	-------------------------------------

VII. Métodos de evaluación
VII.1. Ponderación para la evaluación
Las prácticas externas serán evaluadas por el tutor académico de prácticas a través de la Plataforma de Prácticas Externas con una calificación que se incluirá en el expediente académico del estudiante. La evaluación se podrá realizar una vez alcanzadas las horas de prácticas y se hará efectiva una vez que el estudiante se matricule en la asignatura Prácticas Externas.
Descripción de las pruebas de evaluación y su ponderación
El tutor académico a través de la Plataforma de Prácticas Externas calificará de acuerdo con el siguiente criterio: <ul style="list-style-type: none"> • Informe final del tutor empresa – 50% • Memoria final entregada por el estudiante – 50%
VII.2. Evaluación de alumnos con dispensa académica
<u>Asignatura con posibilidad de dispensa: NO</u>
VII.3. Revisión de las pruebas de evaluación
Conforme a la normativa de prácticas externas de la Universidad Rey Juan Carlos
VII.4. Estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales
Las adaptaciones curriculares para estudiantes con discapacidad o con necesidades educativas especiales, a fin de garantizar la igualdad de oportunidades, no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad en virtud de la Normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad, aprobada por Consejo de Gobierno de la Universidad Rey Juan Carlos. Será requisito imprescindible para ello la emisión de un informe de adaptaciones curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que los estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales deberán contactar con ella, a fin de analizar conjuntamente las distintas alternativas.
VII.5. Conducta Académica
Conforme a la normativa de conducta propia de la Universidad Rey Juan Carlos

--

VIII. Recursos y Materiales Didácticos

Bibliografía

Los tutores académicos y de la empresa proporcionarán al estudiante si fuese necesario la bibliografía específica adecuada a las tareas que desempeñará en sus prácticas.

Bibliografía de Consulta

Los tutores académicos y de la empresa proporcionarán al estudiante si fuese necesario la bibliografía específica adecuada a las tareas que desempeñará en sus prácticas.

IX. Profesorado

Nombre y Apellidos	Tutor académico nombrado por la universidad entre los profesores del grado y tutor que indique la empresa.
Correo Electrónico	
Titulación Académica	