

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Marketing		
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas		
Facultad/Escuela:	Ciencias Económicas y Empresariales		
Asignatura:	Prácticas en Empresas		
Tipo:	Prácticas Externas	Créditos ECTS:	12
Curso:	4	Código:	7644
Periodo docente:	Octavo semestre		
Materia:	Prácticas Externas		
Módulo:	Maduración y aplicación a la práctica de los conocimientos adquiridos		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	300		

Equipo Docente	Correo Electrónico
Alfonso Jesús Torres Marín	a.torres.prof@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

El estudiante aprenderá a relacionar los contenidos teóricos de la titulación con la práctica del ejercicio profesional, entrando en contacto con escenarios y situaciones reales que completan y enriquecen su formación, adquiriendo conocimientos y poniendo en práctica habilidades y destrezas que le permitirán afrontar mejor la realidad profesional futura.

Las prácticas en empresas son una asignatura a desarrollar en el último curso de los estudios del Grado en Marketing

La duración mínima de las prácticas de empresa será de 298 horas.

OBJETIVO

El objetivo general de la asignatura Prácticas en Empresas es que el alumno ponga en práctica los conocimientos, habilidades y competencias adquiridos durante sus años de estudio universitario dentro del área de trabajo que específicamente le sea designada por la empresa donde las desarrolla.

La elaboración de soluciones, la fijación de objetivos, el establecimiento de herramientas de control y seguimiento y la solución de los diversos problemas planteados en el día a día de la empresa suponen de hecho la puesta en práctica del pensamiento analítico y sintético, el uso correcto de la reflexión y el ejercicio de la toma de decisiones cristalizado en la capacidad de cumplir con los objetivos propuestos y en el ejercicio de liderar a los miembros de la organización hacia dicho cumplimiento. En estas soluciones quedarán patentes aspectos de viabilidad financiera y de mercado, competitividad y sensibilidad social y medioambiental, trabajo en equipo y flexibilidad en el aprendizaje de técnicas y sistemas específicos de cada empresa.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

El alumno debe haber incorporado los conocimientos necesarios para el eficiente desarrollo de las prácticas en la empresa.

CONTENIDOS

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Desarrollo de la actividad profesional en una empresa.
Asesoramiento y seguimiento por parte del tutor de prácticas de la universidad.
Coordinación entre el tutor de prácticas de la empresa y el tutor de prácticas de la universidad para la posterior evaluación de las prácticas realizadas.

Una vez asignada la empresa en la que el alumno realizará sus prácticas, la dirección del grado asignará un profesor tutor de universidad a cada alumno.

El alumno deberá contactar con su tutor de universidad a fin de establecer el calendario de sesiones presenciales

para el seguimiento de las prácticas. Así mismo el tutor de universidad deberá recibir la memoria final de prácticas elaborado por el alumno y el informe de las prácticas elaborado por el tutor de empresa, en tiempo y forma para la posterior evaluación del alumno.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
300 horas	0 horas
Realización de las prácticas en la empresa designada y de la Memoria de las mismas por parte del alumno. 298h Tutorías y evaluación. 2h	

COMPETENCIAS

Competencias básicas

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

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 puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

Competencias generales

Competencias específicas

Desarrollar hábitos efectivos de comunicación oral y escrita.

Saber manejar herramientas cuantitativas e informáticas para la toma de decisiones aplicables al marketing y a la realización de presentaciones eficaces.

Ser capaz de aplicar los conocimientos a la práctica.

Ser capaz de diseñar y gestionar proyectos.

Desarrollar criterios para la resolución de problemas y la toma de decisiones tanto en el ámbito profesional como en el ámbito personal.

Saber enfocar los productos y servicios desarrollados por la empresa como una forma de mejora de la sociedad.

Saber desarrollar una estrategia publicitaria coherente con los productos y servicios de la empresa

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Contacta con el mundo empresarial.

Aplica los conocimientos adquiridos en situaciones reales bajo la supervisión de profesionales en activo.

Profundiza en los aspectos concernientes a su autodisciplina en su relación con la empresa.

Define el área de interés concretando la orientación de su futuro profesional.

Realiza una memoria de prácticas en las que reflexiona sobre su experiencia profesional.

Desarrolla la capacidad de trabajo en equipo

Actúa de forma respetuosa y dialogante con todas las personas

Busca el bien común en sus actuaciones

Investiga los temas que le conciernen hasta llegar al fondo de los mismos

Se enfrenta a los problemas de forma rigurosa y creativa

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

El tutor de prácticas de la universidad evaluará las mismas en función de las siguientes ponderaciones:

- 70% Informe del tutor de la empresa donde se desarrollan las prácticas
- 20% Calidad de la Memoria de prácticas presentada por el alumno
- 10% Seguimiento realizado por parte del tutor de prácticas de la UFV . .

El informe final de prácticas del tutor de empresa recogerá el número de horas realizadas por el estudiante y valorará los siguientes aspectos:

Capacidad Técnica

Capacidad de Aprendizaje

Administración de Trabajos

Habilidades de Comunicación Oral y Escrita

Sentido de la Responsabilidad

Facilidad de Adaptación

Iniciativa

Implicación Personal

Motivación

Receptividad a las críticas

Puntualidad

Relaciones con su entorno Laboral

Capacidad trabajo en equipo

Creatividad

Entiende el Marketing como un servicio a las personas y a la sociedad en general

Aplica correctamente los conocimientos relativos al Marketing e investigación de mercados

Gestiona proyectos en el ámbito del Marketing y la organización de ventas

Desarrolla estrategias de Marketing adecuadas para el beneficio de la empresa

Organiza las acciones de Marketing de la empresa, buscando la calidad como una ventaja competitiva

Observaciones:

La media de los ítems ponderados por el tutor de empresa en su informe tendrá una repercusión del 70% en la calificación final.

El estudiante elaborará y hará entrega al tutor de universidad la memoria final de prácticas en el que deberá reflejar:

- Descripción concreta y detallada de las tareas, trabajos desarrollados y departamentos de la entidad a los que ha estado asignado.
- Valoración de las tareas desarrolladas con los conocimientos y competencias adquiridos en relación con los estudios universitarios.
- Relación de los problemas planteados y el procedimiento seguido para su resolución.
- Identificación de las aportaciones que, en materia de aprendizaje, han supuesto las prácticas.
- Evaluación de las prácticas y sugerencias de mejora.

La calidad de dicha memoria repercutirá en un 20% de la calificación final.

Es imprescindible entregar la memoria de empresa para aprobar las prácticas. En caso de que no se presente la memoria de empresa el alumno tendrá una calificación de No Presentado en esta asignatura

El tutor de prácticas de la universidad contará con un 10% que repercutirá en la calificación final, teniendo en cuenta la calidad del seguimiento realizado al alumno durante sus prácticas

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

Complementaria