

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Marketing		
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas		
Facultad/Escuela:	Ciencias Jurídicas 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
Francisco Jose Gil Ruiz	franciscojose.gil@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

Los trabajos realizados en las Empresas debe corresponder directamente con las materias estudiadas en el Grado en Marketing, no siendo válidos aquellos trabajos que correspondan a materias que no estén relacionados con lo estudiado en el Grado.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Desarrollo de la actividad profesional en una empresa. Para ello, el alumno contará con el asesoramiento y seguimiento por parte del tutor de prácticas de la Universidad que estará en contacto con el Tutor de la empresa

para la posterior evaluación de las prácticas según los modelos oficiales establecidos por el Grado.

El alumno deberá contactar con su Tutor de la 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.

Las actividades formativas, así como la distribución de los tiempos de trabajo, pueden verse modificadas y adaptadas en función de los distintos escenarios establecidos, siguiendo las indicaciones de las autoridades sanitarias a tal efecto, pudiendo afectar tanto a las tutorías presenciales, como a las horas necesarias para aprobar las prácticas.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
300 horas	0 horas

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

Capacidad de aprendizaje autónomo.

Capacidad para el cumplimiento de objetivos y resolución de problemas, sabiendo adaptarse y tomar decisiones en todo tipo de situaciones de gestión empresarial.

Capacidad de organizar las acciones comerciales de la empresa, buscando la calidad como una ventaja competitiva de marketing.

Entender el marketing y la empresa como un servicio a las personas que la forman y la sociedad en general.

Capacidad de Pensamiento analítico, sintético, aplicado a la toma de decisiones empresariales.

Capacidad de organización y planificación para el marketing y la gestión de empresas.

Habilidad para analizar, buscar y contrastar todo tipo de información pero principalmente de empresas y mercados, provenientes de fuentes diversas.

Habilidad para el diseño y gestión de proyectos en el ámbito del Marketing y de la organización de ventas.

Saber aplicar los conocimientos de informática relativos al ámbito del marketing e investigación de mercados.

Tener un compromiso ético en el trabajo.

Capacidad para trabajar en un equipo de carácter interdisciplinar.

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. Para ello deberá utilizarse el modelo oficial de evaluación aprobado por el Grado.
- 20% Calidad de la Memoria de prácticas presentada por el alumno, que deberá seguir el contenido explicado más adelante.
- 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.

Si la situación sanitaria no permitiera la realización de las prácticas con normalidad en el centro de prácticas, se establecerán alternativas con el objetivo de cumplir las indicaciones dadas por las autoridades sanitarias.

Todos los alumnos del grado estarán sometidos a la normativa de convivencia de la Universidad, con especial atención a las infracciones por plagio y/o copia en la Memoria, que serán consideradas como grave de acuerdo al artículo 7 de dicha normativa.

En el caso de los dobles Grados, los alumnos deberán seguir el sistema de evaluación de cada Grado de forma independiente y diferenciado, acorde con su Grado.

Básica

--

Complementaria

--