



FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Prácticas/Placement
Código	E000005863
Título	Máster Universitario en Marketing
Impartido en	Máster Universitario en Marketing [Primer Curso]
Nivel	Postgrado Oficial Master
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	6,0 ECTS
Carácter	Postgrado Oficial
Departamento / Área	Máster Universitario en Marketing
Responsable	María del Pilar Melara San Román
Horario	Compatible con la actividad académica
Horario de tutorías	Disponible vía Mail
Descriptor	Esta asignatura optativa permite a los alumnos que lo deseen hacer una práctica en una empresa, donde tratarán de aplicar lo aprendido a las tareas que le sean encomendadas

Datos del profesorado

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura

Aportación al perfil profesional de la titulación

La asignatura consiste en la realización por parte del alumno de actividades aplicadas en el área del marketing/comercial. El objetivo es que el alumno tome contacto con la realidad y desarrolle las capacidades y competencias que ha obtenido a lo largo de su formación en el Máster, complementando así también por esta vía su aprendizaje. Las prácticas se realizarán en empresas u otro tipo de organizaciones y se desarrollarán en el marco de los convenios celebrados por la Universidad Pontificia Comillas con estas entidades

Las ventajas que aporta este aprendizaje próximo a la realidad profesional son múltiples:

- Ayuda al alumno a conocer "in situ" la realidad de lo que viene descubriendo a través de los contenidos teórico-prácticos. Las prácticas ofrecen múltiples aprendizajes que no serían accesibles para el estudiante por otras vías (relaciones humanas entre empleados; relaciones interdepartamentales; conocimientos específicos de los departamentos donde realizarán sus tareas, etc.)
- Permite conocer la realidad en la que se va a desenvolver, permitiéndole redireccionar su



currículum hacia aquello que más le interese.

- Permite romper con la barrera inicial de la experiencia, consiguiendo lo que en algunos casos puede suponer un primer empleo.

Prerequisitos

Ninguno

Competencias - Objetivos

Competencias

GENERALES

CG01	Capacidad de Gestión de la información y de datos sobre entorno, mercados y resultados de la estrategia de marketing	
	RA1	Busca, conoce, sintetiza y utiliza adecuadamente datos primarios y secundarios procedentes de diversas fuentes
	RA2	Conoce y usa Internet para buscar y manejar información, textos y datos
	RA3	Discierne el valor y la utilidad de diferentes fuentes y tipos de información
CG02	Competencia de análisis y síntesis aplicadas a situaciones de mercados y problemáticas organizativas en marketing	
	RA1	Describe, relaciona e interpreta situaciones y planteamiento de nivel medio, identificando las variables que configuran los mercados, los competidores y los consumidores un fenómeno y sobre las que debe buscar información
	RA2	Identifica fuentes de datos, extrae o genera datos de diversas fuentes y prepara datos para el análisis
	RA3	Maneja las herramientas, procesos e infraestructura necesarios para transformar los datos en información
	RA4	Identifica problemas antes de que su efecto se haga evidente
	RA5	Hace sugerencias a partir del análisis
	RA6	Presenta la información de manera efectiva utilizando distintos soportes (textuales, gráficos, audio y vídeo)
CG03	Capacidad de planificación y resolución de problemas en el área de marketing	
	RA1	Identifica y define adecuadamente y proactivamente el problema y sus posibles



		causas
	RA2	Plantea posibles soluciones pertinentes y diseña un plan de acción para su aplicación
	RA3	Reconoce y busca alternativas a las dificultades de aprendizaje teórico y práctico
CG04	Capacidad de aplicar los conocimientos adquiridos en diferentes entornos relacionados con el marketing y sus diferentes áreas de estudio de manera interdisciplinar o transversal	
	RA1	Relaciona conceptos de manera interdisciplinar o transversal
	RA2	Identifica correctamente los conocimientos aplicables a cada situación
	RA3	Determina el alcance y la utilidad de las nociones teóricas
CG05	Razonamiento crítico y argumentación acorde con la comprensión del contexto externo y el proceso de administración y dirección de marketing	
	RA1	Identifica, establece y contrasta las hipótesis, variables y resultados de manera lógica y crítica
	RA2	Revisa las opciones y alternativas con un razonamiento crítico que permita discutir y argumentar opiniones contrarias
	RA3	Da evidencias sólidas que fundamenten sus conclusiones y sugerencias
CG06	Capacidad de gestión del tiempo con el objetivo de mejorar la efectividad personal y del equipo dentro del marco de las organizaciones empresariales, su entorno y su gestión	
	RA1	Es capaz de organizarse y cumplir con los plazos asignados a las tareas
	RA2	Jerarquiza tiempos y energías a la hora de llevar a efecto su estudio
CG08	Compromiso ético en la aplicación de valores morales frente a dilemas éticos y de responsabilidad social	
	RA1	Identifica los grandes problemas ambientales, económicos y sociales y desarrolla planes y acciones en relación a los mismos
	RA2	Toma decisiones dentro de los límites de la ley y la ética, y aplicando el principio de precaución
	RA3	Persigue la excelencia en las actuaciones profesionales
	RA4	Asume una actitud responsable hacia las personas, con los medios y recursos que se utilizan o gestionan.



	RA5	Se preocupa por las consecuencias que su actividad y su conducta puede tener para los demás
CG09	Capacidad de aprendizaje autónomo para seguir formándose para aprender a aprender las habilidades cognitivas y los conocimientos relevantes aplicados a la actividad profesional y empresarial	
	RA1	Realiza sus trabajos y su actividad necesitando sólo unas indicaciones iniciales y un seguimiento básico
	RA2	Busca y encuentra recursos adecuados para sostener sus actuaciones y realizar sus trabajos
	RA3	Amplía y profundiza en la realización de sus trabajos
CG10	Exhibir iniciativa, creatividad y espíritu emprendedor en la aplicación de las estrategias y prácticas de marketing.	
	RA1	Es capaz de acometer nuevos retos
	RA2	Elabora su proyecto adoptando enfoques originales
	RA3	Resuelve los problemas aportando soluciones nuevas y diferentes
ESPECÍFICAS		
CEOPT06	Prácticas	
	RA1	Realiza las tareas asignada con eficacia
	RA2	Mantiene una conducta profesiona

BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura

Para que la enseñanza pueda cumplir su cometido dentro de un contexto práctico debe integrarse dentro de un esquema cíclico de planificación, desarrollo, evaluación y mejora. Por ello, la materia tiene lugar conforme al siguiente desarrollo:

1. El responsable de la Unidad de Prácticas realiza diferentes sesiones informativas con los alumnos en las que presenta los objetivos, metodología de trabajo, requisitos administrativos, características de



la actividad a desarrollar, exigencias académicas y tipología de las organizaciones en las que los estudiantes realizan sus prácticas.

- Los alumnos son convocados por las empresas para realizar las pruebas y las entrevistas de selección.
- Una vez superado el proceso de selección, el alumno se incorporará a la empresa o institución para la realización de prácticas.
- Durante su estancia en la empresa el estudiante dispondrá, por un lado, de su tutor-académico para conocer la marcha de las prácticas en su aspecto técnico y prestarle el apoyo necesario. También contará con un tutor profesional en la empresa con objetivo de dirigir, orientar y supervisar la actividad del estudiante en el centro de prácticas.
- Finalmente, el estudiante realizará una Memoria final sobre las prácticas para su evaluación.

Metodología Presencial: Actividades

Desarrollar las actividades que se le encomienden en la organización	CG01, CG02, CG03, CG04, CG09, CG10, CEOPT06
----------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------

Metodología No presencial: Actividades

Realización de la memoria de prácticas	CG01, CG02, CEOPT06
----------------------------------------	---------------------

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES	
Análisis y resolución de casos y ejercicios, individuales o colectivos	140.00
HORAS NO PRESENCIALES	
Monografía de carácter teórico y/o práctico	10.00
CRÉDITOS ECTS: 6,0 (150,00 horas)	

EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
Cuestionario completado por el tutor de la empresa	Aptitudes profesionales y personales	50 %
	Consecución de los objetivos previstos en la descripción inicial de la práctica, forma y presentación, contenido y calidad	



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

**GUÍA DOCENTE
2019 - 2020**

Memoria final realizada por el estudiante	intrínseca del informe, calidad de la documentación aportada, así como el contacto regular con el tutor sobre el desarrollo de la práctica	50 %
-------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

En cumplimiento de la normativa vigente en materia de **protección de datos de carácter personal**, le informamos y recordamos que puede consultar los aspectos relativos a privacidad y protección de datos que ha aceptado en su matrícula entrando en esta web y pulsando "descargar"

[https://servicios.upcomillas.es/sedelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792](https://servicios.upcomillas.es/sedeelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792)

COURSE INFORMATION SHEET

Course Title	Placement
Code	
Degree	MSc in Marketing
Year	Unique
Semester	2nd
ECTS Credits	6
Type	Elective
Department	Marketing
Field	
University	Pontificia Comillas
Hours/week	
Teachers	M^a del Pilar Melara
Descriptor	This optional course allows students who wish to do a practice in a company, where they will try to apply what they have learned to the tasks they have to perform mandated.

Lecturers Information	
Lecturer	
Name	M^a del Pilar Melara
Department	Marketing
Field	
Office	C-405
e-mail	pmelara@icade.comillas.edu
Phone number	+34 915422800 Ext. 2236
Tutorial Hours	Permanently available via email

DETAILED INFORMATION ABOUT THE COURSE

Context of the course

Contribution to the professional profile of the degree

The subject consists of the realization by the student of activities applied in the area of the marketing/commercial. The objective is for the student to meet reality and develop the skills and competences that he has obtained throughout his training in the Master, thus also complementing by this way his learning. The practices will be carried out in companies or other types of organizations and will be in the framework of the agreements signed by the Universidad Pontificia Comillas with these entities

Objectives

The advantages of this learning close to professional reality are manifold:

1. It helps the student to get to know "in situ" the reality of what he or she has been discovering through his or her work theoretical-practical contents. The practices offer multiple learnings that would not be accessible for the student in other ways (human relationships between employees; relationships between employees; relationships between students) interdepartmental; specific knowledge of the departments where they will carry out their work tasks, etc.)
2. It allows you to know the reality in which you are going to unfold, allowing you to redirect your curriculum to what interests you the most.
3. It allows to break with the initial barrier of the experience, obtaining what in some cases can suppose a first employment.

Prerequisites

None

PROGRAM

Skills
Generic skills of degree programme
<p>CG 01. Ability to manage information and data about the context, markets, and results of the marketing strategy.</p> <p>CG 02 Analysis and summarizing ability applied to market situations and organizational problems in marketing</p> <p>CG 03. Planning and problem-solving ability in the area of marketing.</p> <p>CG 04. Ability to apply knowledge acquired in different contexts related to marketing and its various areas of study in an interdisciplinary or transverse way</p> <p>CG 05. Critical thinking and arguing consistent with comprehension of the external context and marketing administration and management process.</p> <p>CG 06. Time management abilities with the aim of improving personal and team effectiveness within the framework of business organizations, their settings, and their management.</p> <p>CG 08. Ethical commitment in the application of moral values in the face of ethical and social responsibility dilemmas.</p> <p>CG 09. Ability to learn independently in order to continue training to learn how to acquire the cognitive abilities and relevant knowledge applied to the professional and business activity.</p> <p>CG 10. Display initiative, creativity, and enterprising spirit when applying marketing practices and strategies</p>
Skills specific to the sub-field of knowledge
CEOPT 06 Placements

TEACHING APPROACH AND STRATEGIES

General learning and teaching approach of the course	
<p>In order for education to fulfil its mission in a practical context, it must be integrated into of a cyclical scheme of planning, development, evaluation and improvement. For this reason, the matter takes place according to the following development:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. The head of the Practices Unit conducts different information sessions with students at the following locations which presents the objectives, working methodology, administrative requirements characteristics of the activity to be developed, academic requirements and typology of the organizations in which they operate. students do their internships. 2. The students are summoned by the companies to carry out the tests and the selection interviews. 3. Once the selection process has been completed, the student will join the company or institution in order to the performance of internships. 4. During their stay in the company the student will have, on the one hand, their academic tutor to know the progress of the practices in their technical aspect and lend you the necessary support. You will also have a professional tutor in the company with the aim of directing, orienting and supervising the student's activity in the training centre. 5. Finally, the student will make a final report on the practices for evaluation. 	
Class-based activities	Skills
To develop the activities that are entrusted to him in the organization	CG01, CG02, CG03, CG04, CG09, CG10, CEOPT06
Out of class activities	Skills
Final Report	CG01, CG02, CEOPT06

ASSESSMENTS AND ASSESSMENT CRITERIA

Assessment activities*	CRITERIA	Weight
Questionnaire	Personal Aptitudes Profesional Aptitudes	50%
Final Report	Rubric	50%

SUMMARY OF STUDENT WORKLOAD	
CONTACT HOURS	
Placement	
140	
NON-CONTACT HOURS	
10	
CRÉDITOS ECTS 6	