

Guía docente de la asignatura

Prácticas Externas (M01/56/2/35)

Fecha de aprobación por la Comisión Académica: 27/06/2024

Máster

Máster Universitario en Marketing y Comportamiento del Consumidor

MÓDULO

Módulo 4: Prácticas Externas

RAMA

Ciencias Sociales y Jurídicas

CENTRO RESPONSABLE DEL TÍTULO

Escuela Internacional de Posgrado

Semestre

Anual

Créditos

12

Tipo

Optativa

Tipo de enseñanza

Enseñanza Virtual

BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS (Según memoria de verificación del Máster)

En este módulo se desarrollarán prácticas externas en empresas orientadas a poner en valor los conocimientos adquiridos en el Máster. El estudiantado podrá cursar entre 9 y 12 créditos ECTS en empresas o entidades. Si bien, en el caso de realizar menos de 12 créditos ECTS, el estudiantado deberá completar su formación con los seminarios profesionales ofertados en el título.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS BÁSICAS

- CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y



razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

- CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Objetivos)

Conocimientos y contenidos (C)

- C01 Posee y comprende conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- C03 Lleva a cabo actividades orientadas a un aprendizaje basado en la acción-experiencia que facilitará la apropiación e integración de destrezas y conocimientos.
- C07 Descubre, analiza y comprende la utilidad profesional de su formación.

Habilidades y destrezas (HD)

- HD01 Aplica los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio. HD03 Potencia la conexión con el entorno, con las empresas, instituciones y administraciones públicas.
- HD04 Aplica las nuevas tecnologías de la información y comunicación al desarrollo teórico-práctico de la docencia y aprendizaje de doctorado, así como a la gestión de los cursos, mediante la utilización de la gama de posibilidades que las TIC ofrecen
- HD05 Aplica a entornos nuevos o poco conocidos, dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares), los conceptos, principios, teorías o modelos relacionados con el comportamiento del consumidor.
- HD08 Presenta públicamente ideas, procedimientos o informes de investigación, de transmitir emociones o de asesorar a personas y a organizaciones.
- HD09 Posee la habilidad de aprendizaje para el estudio autodirigido o autónomo.
- HD12 Aplica los conocimientos a la práctica.
- HD13 Aplica a entornos nuevos o poco conocidos, dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares), la metodología para la resolución de problemas relativos al consumidor.

Competencias (COM)

- COM01 Integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- COM02 Ser capaz de comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- COM03 Capacitar para trabajar en equipo.
- COM04 Emitir juicios en función de criterios, de normas externas o de reflexiones personales. Dichos juicios pueden apoyarse en información incompleta o limitada que incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- COM05 Integrar sus conocimientos en un ámbito profesional.



- COM10 Capacitar para el diseño y gestión de proyectos.
- COM11 Desarrollar habilidades como la empatía, la comunicación no verbal o la negociación.

PROGRAMA DE CONTENIDOS TEÓRICOS Y PRÁCTICOS

TEÓRICO

Para el adecuado desarrollo de este módulo se deben atender las siguientes normas de aplicación específica:

1º. Los estudiantes podrán cursar entre 9 y 12 créditos ECTS en empresas o entidades.

2º. **Prácticas en empresa.** Los alumnos deben seguir el procedimiento establecido por el Centro de Promoción de Empleo y Prácticas de la Universidad de Granada http://cpep.ugr.es/pages/protocolo-_funcionamiento_practicas_masteres_oficiales.

- a. El alumno puede realizar un máximo de 600 horas de prácticas. Siendo necesario 400 horas para alcanzar los 12 créditos del módulo IV. Si el alumno realiza un número de horas inferior se calcularán los créditos a partir de la siguiente función: $(\text{horas de prácticas} \times 12) / 400$.
- b. El alumno puede realizar las prácticas en una empresa que posea un convenio con el máster, o buscar directamente una empresa para realizar las prácticas. En este último caso debe ser consciente que el periodo de trámites previos al inicio de las mismas es de aproximadamente un mes.
- c. Los créditos de prácticas serán valorados en el módulo IV con una nota de 10, siempre que el informe final de prácticas sea satisfactorio.

3º **Actividades complementarias.** Aquellos estudiantes que no completen los 12 créditos con Prácticas Externas podrán completarlos con actividades complementarias que serán informadas por la coordinación del Máster cada curso académico. Entre las que se encuentran:

- Cursos extracurriculares del máster (se refiere a créditos ofertados por el título en los módulos 1 y 2 pero no computados en estos módulos).
- Seminarios organizados por el máster (no utilizados para el módulo III). En el caso de que solamente se valore asistencia y realización de un informe la nota será de 7. Si el alumno entrega un informe más desarrollado podrá alcanzar un 10.
- Cursos de otros másteres oficiales:

Otros seminarios y cursos. Se reconocerán los créditos ECTS especificados para el curso o, en su defecto, 1 crédito ECTS por cada 10 horas presenciales. En los seminarios virtuales se deben especificar las horas de trabajo del alumno utilizando la equivalencia 1ECTS=25 horas. En el caso de que solamente se valore asistencia la nota será de 5. Si el alumno entrega un informe podrá alcanzar un 10.

- Presentación de ponencia en congresos. Por cada ponencia presentada por el alumno 3 ECTS, que llegarán a 5 si es congreso es de reconocido prestigio (ej. EMAC, AMS o similar). Estos créditos se deben sumar a los de asistencia. Los posters y trabajos en curso se valora con una tercera parte de lo establecido para ponencias. La nota será de 10.



- Seguimiento de un curso de idiomas durante el curso académico y obtención de certificado de nivel. Los créditos ECTS especificados para el curso o, en su defecto, 1 crédito ECTS por cada 10 horas presenciales, siempre que el alumno haya conseguido pasar el examen de nivel correspondiente. Solamente se consideran certificados de competencias lingüísticas reconocidos por la UGR (<http://vicengp.ugr.es/pages/Recursos/tablascertificadoscompetencialingaistica>).
- Colaboración en un contrato de investigación relacionado con el marketing.
- Se reconocerán créditos utilizando la misma equivalencia que en las prácticas de empresa.

Otras actividades: Se buscará la similitud de éstas con las descritas anteriormente y se aplicará la misma norma.

4º El alumno debe ponerse en contacto con su tutor en el máster antes de comenzar cualquiera de las actividades no organizadas directamente por el máster en Marketing y Comportamiento del Consumidor. El tutor debe dar el visto bueno para que el alumno realice la actividad, bastando con un correo electrónico remitido al alumno donde manifieste su acuerdo con la misma. En el caso de prácticas de empresa, el tutor académico será el coordinador del máster y el alumno debe ponerse en contacto con éste para que le autorice su realización.

5º Todos los alumnos que no vayan a cerrar su expediente en la convocatoria ordinaria aparecerán en la misma como “no presentado”, siendo en la convocatoria extraordinaria de septiembre donde se haga constar su nota en el módulo IV. Para ello es necesario que el alumno se ponga en contacto con el tutor antes del 15 de septiembre, entregándole toda la documentación acreditativa de las prácticas y actividades desarrolladas durante el curso y que desea emplear para el módulo IV.

TEMPORIZACIÓN

Como norma general se seguirá el siguiente esquema de fases en la asignación de prácticas:

1. Antes del 15 de diciembre el coordinador asignará tutores a los distintos estudiantes. Dicha asignación se realizará de manera aleatoria. De acuerdo con este criterio, la coordinación hará la asignación de un tutor a cada alumno tratando de que el reparto entre los alumnos y los tutores disponibles sea lo más equitativo posible. En determinadas circunstancias, y siempre que esté suficientemente justificado, la coordinación previa consulta con la Comisión Académica del Máster admitirá la petición específica realizada por un profesor de tutorizar a un alumno concreto. En la página web docente del máster (PRADO) se hará pública la lista de tutores asignados. La Comisión Académica del Máster debe aprobar la asignación de tutores a cada estudiante e informar a la Escuela de Posgrado del listado de alumnos.
2. Entre el 15 de diciembre y principios de enero se solicitará a los alumnos su currículum.
3. Durante el mes de enero se enviará un correo a las empresas que tienen acuerdos firmados con el máster ofertando la posibilidad de que los alumnos realicen prácticas.
4. A medida que se vayan recibiendo propuestas, éstas serán publicadas dentro del foro específico creado en PRADO (<http://prado.ugr.es/moodle/>).
5. El estudiante tiene la posibilidad de buscar una empresa para realizar sus prácticas al margen de aquellas que ya tienen acuerdo firmado con la UGR. En este caso, se debe tener en cuenta que el plazo estimado para la firma del acuerdo por parte del Vicerrectorado de Estudiantes y



Empleabilidad es de un mes. Para la firma del acuerdo, la empresa interesada debe ponerse en contacto con el coordinador para que le indique los pasos a seguir.

6. El alumno puede realizar desde un mes de prácticas, hasta un máximo de seis. Los doce créditos del módulo 4 se obtienen con cuatro meses de prácticas (un mes=100 horas=3 créditos).

7. Durante el desarrollo de la práctica el alumno estará tutorizado por su tutor académico y por un tutor de prácticas en la empresa.

8. Al finalizar las prácticas, la empresa debe firmar un informe de prácticas que estará disponible en (<http://prado.ugr.es/moodle/>). Es el alumno quién debe facilitar el modelo de informe al empleador y remitirlo, una vez firmado a la coordinación del máster.

9. El tutor académico emitirá un informe evaluando también el desarrollo de dichas prácticas, de acuerdo con el formato disponible en (<http://prado.ugr.es/moodle/>), y lo hará llegar a la coordinación del máster.

10. Cualquier incidencia durante el periodo de prácticas debe ser notificada de inmediato a los respectivos tutores y a la coordinación del máster.

11. Las prácticas curriculares pueden ser desarrolladas hasta el 30 de septiembre.

La realización de actividades complementarias se guiará por la planificación general del máster que se publica anualmente en la web informativa (masteres.ugr.es/marketing/) y en la plataforma docente (<http://prado.ugr.es/moodle/>).

PRÁCTICO

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA FUNDAMENTAL

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

EVALUACIÓN (instrumentos de evaluación, criterios de evaluación y porcentaje sobre la calificación final)

EVALUACIÓN ORDINARIA

Memorias (100%)





EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA

EVALUACIÓN ÚNICA FINAL

INFORMACIÓN ADICIONAL

Información de interés para estudiantado con discapacidad y/o Necesidades Específicas de Apoyo Educativo (NEAE): [Gestión de servicios y apoyos](https://ve.ugr.es/servicios/atencion-social/estudiantes-con-discapacidad) (<https://ve.ugr.es/servicios/atencion-social/estudiantes-con-discapacidad>).

