

**Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales**  
**Máster en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas)**

---

**GUÍA DOCENTE PRÁCTICAS ACADÉMICAS EXTERNAS**

---

**M397 – PRÁCTICAS EN EMPRESAS (Obligatoria)**

**Curso Académico 2021-2022**

<b>1. DATOS IDENTIFICATIVOS DE LA ASIGNATURA</b>	
<b>Título/s</b>	<b>MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCION DE MARKETING (EMPRESAS TURÍSTICAS)</b>
<b>Centro</b>	<b>FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES</b>
<b>Módulo / materia</b>	<b>PRÁCTICAS</b>
<b>Código y denominación</b>	<b>M397 PRÁCTICAS EN EMPRESAS</b>
<b>Créditos ECTS</b>	<b>4</b>
<b>Tipo</b>	<b>OBLIGATORIA</b>
<b>Curso / Cuatrimestre</b>	- Anual
<b>Web</b>	<a href="http://web.unican.es/centros/economicas/masteres-oficiales/practicas-en-empresas-estudios-de-master">http://web.unican.es/centros/economicas/masteres-oficiales/practicas-en-empresas-estudios-de-master</a>
<b>Idioma de impartición</b>	-

<b>Responsable</b>	<b>Coordinador de prácticas de la Facultad / Coordinador del Máster en Dirección de Marketing</b>
<b>Contacto</b>	<b>942 20 16 11 / 942 20 09 57</b>
<b>E-mail</b>	<a href="mailto:empresas@unican.es">empresas@unican.es</a> / <a href="mailto:masterdemarketing@unican.es">masterdemarketing@unican.es</a>

<b>Reglamento de Prácticas Académicas Externas del Centro (dirección web)</b>	<a href="https://web.unican.es/centros/economicas/Documents/Reglamento%20UNICO%20de%20Pr%c3%a1cticas%20FACULTAD%20jun19.pdf">https://web.unican.es/centros/economicas/Documents/Reglamento%20UNICO%20de%20Pr%c3%a1cticas%20FACULTAD%20jun19.pdf</a>
---	---

## 2. PRERREQUISITOS

No existen

## 3. COMPETENCIA GENÉRICAS Y ESPECÍFICAS DEL PLAN DE ESTUDIOS TRABAJADAS EN LA ASIGNATURA

### Competencias genéricas

CG1	Capacidad de análisis y síntesis. Consiste en adquirir aptitudes para distinguir y separar las partes de un todo hasta llegar a conocer sus principios o elementos. Conlleva pensar al detalle, con precisión y de forma resumida o sintética, a efectos de identificar la información relevante en el proceso de toma de decisiones empresarial, orientando su resultado a la propuesta concreta de estrategias y programas de acción comerciales.
CG2	Capacidad de organización y planificación. Consiste en adquirir aptitudes para observar, evaluar y plantear propuestas en el ámbito comercial de una empresa para establecer pautas de organización y planificar actuaciones futuras de acuerdo con unos criterios preestablecidos.
CG3	Capacidad para resolución de problemas. Se entiende por tal, la identificación, análisis y definición de los elementos significativos que constituyen un problema o aspecto a mejorar en el contexto comercial de una empresa para resolverlo con criterio y de forma efectiva.
CG4	Tratamiento de conflictos y negociación. Aptitud consistente en prever, tratar y solucionar los conflictos que suceden el entorno empresarial, tanto en el ámbito interno como externo de la empresa, a través de la utilización de técnicas adecuadas para mediar e impactar en las decisiones a tomar en el trato con personas y grupos.
CG5	Capacidad para trabajar en equipo. El alumno deberá saber integrarse y colaborar de forma activa en la consecución de objetivos comunes con otras personas mucho más allá de los logros de carácter individual, pensando de forma global por el bien de la organización a la que pertenece.
CG6	Comunicación oral y escrita. Consiste en la aptitud para saber transmitir eficazmente a la audiencia lo que se desea. El estudiante deberá ser capaz de elaborar y redactar informes de asesoramiento y proyectos técnicos aplicables a la realidad de la empresa, además de adquirir cualidades para conseguir una exposición oral adecuada.
CG7	Trabajo en un contexto internacional. Esta competencia consiste en saber comprender y adaptarse a la cultura social y empresarial de diversos países, de gran interés para toda empresa u organización con proyección internacional.
CG8	Compromiso ético en el trabajo. Competencia que hace alusión a la búsqueda del bien moral de uno mismo y/o de la empresa y organización en la que desempeña su actividad laboral.
CG9	Iniciativa y espíritu emprendedor. Capacidad consistente en poseer el impulso suficiente para plantear iniciativas y poner en marcha proyectos de carácter empresarial.
CG10	Capacidad de adaptación al entorno. Competencia referida a la capacidad para afrontar situaciones críticas del entorno, tanto en el interno de la empresa como en el externo vinculado al mercado, clientes y competencia, manteniendo el equilibrio físico y emocional que le permite a la persona actuar con eficacia.

CG11	Capacidad para asesorar en aspectos técnico-organizativos. Competencia referida a la capacidad para ofrecer asesoramiento a directivos de empresas y organizaciones en todo aquello que sea de utilidad para conseguir los logros de la empresa y mejorar su competitividad
<b>Competencias específicas</b>	
CE2	Capacidad para diseñar la estrategia de producto de una empresa. Habilidades para desarrollar una oferta de valor para los clientes de la empresa, así como una estrategia de marca coherente con los objetivos y el posicionamiento de la empresa.
CE4	Capacidad para desarrollar estrategias de precios de una empresa. Competencia vinculada con la capacidad de formular estrategias de precios según el posicionamiento deseado de la empresa, la sensibilidad de sus clientes o la situación competitiva, entre otros aspectos.
CE5	Capacidad para organizar los canales de distribución de una empresa. Habilidad para diseñar y gestionar los diferentes canales a través de los que la empresa puede comercializar sus productos y entre los que destaca la distribución online.
CE6	Capacidad para coordinar la política de comunicación empresarial. Capacidad para planificar e implementar, de acuerdo con los objetivos de la empresa, las diferentes técnicas de comunicación personal e impersonal a disposición de las organizaciones.
CE7	Capacidad para gestionar las relaciones con los clientes. Habilidad para diseñar y gestionar todo el proceso que implica la relación con clientes, desde la negociación, la calidad en la interacción hasta la fidelización.
CE8	Capacidad para desarrollar estrategias de marketing en empresas turísticas. Habilidad para realizar el diagnóstico estratégico de una empresa turística y establecer, en base a ello, diferentes propuestas de objetivos y estrategias de marketing.
CE9	Capacidad para planificar las actividades de marketing de un destino turístico. Competencia referida a la capacidad de planificar la estrategia de marketing, así como de diseñar y gestionar una oferta de valor para los turistas de acuerdo con sus necesidades y motivaciones.
<b>Resultados de aprendizaje de la asignatura</b>	
	Aplicar a la problemática de la actividad empresarial u organizacional en las tareas que desempeñe, los conocimientos y competencias que ha adquirido durante su periodo de formación en el plan de estudios del máster.
	Demostrar su capacidad para trabajar en equipo, integrándose y colaborando de forma activa con el personal de la empresa u organización para la consecución de los objetivos planteados.
	Desarrollar su capacidad de trabajo autónomo en el contexto empresarial u organizativo.
	Demostrar la capacidad para resolver problemas mostrando iniciativa, capacidad de decisión y razonamiento crítico.
	Demostrar originalidad y creatividad en el planteamiento, desarrollo y resolución de los problemas y tareas que se le planteen/realice en la empresa u organización.
	Asesorar sobre aspectos técnico-organizativos en el marco de las actividades que tenga que desempeñar, para mejorar la competitividad y los logros de la empresa.

	Trasmitir, exponer y debatir sobre cuestiones aplicables a las actividades propias de las prácticas que esté realizando en la empresa u organización.
	Aprender a comprender y respetar los criterios morales, éticos y legales propios del contexto empresarial u organizativo y de la actividad profesional durante el desarrollo de las prácticas.

#### 4. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Poner en práctica los conocimientos y competencias adquiridas en diferentes asignaturas del Máster en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas)

Conocer y saber desenvolverse en actividades y proyectos vinculados con una empresa o institución.

#### 5. MODALIDADES ORGANIZATIVAS Y MÉTODOS DOCENTES

ACTIVIDADES	HORAS DE LA ASIGNATURA
<b>ACTIVIDADES PRESENCIALES/TELEMATICAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Prácticas en la empresa</li> </ul>	80
<ul style="list-style-type: none"> <li>Tutorías (universidad y entidad externa)</li> </ul>	10
<b>Total actividades presenciales/telemáticas</b>	<b>90</b>
<b>OTRAS ACTIVIDADES</b>	
Trabajo Autónomo: <ul style="list-style-type: none"> <li>Realización de la memoria de prácticas</li> </ul>	10
<b>Total otras actividades</b>	<b>10</b>
<b>HORAS TOTALES</b>	<b>100</b>

## 6. ORGANIZACIÓN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Organización de la oferta y asignación de Prácticas externas

La coordinación académica del máster será la encargada de la captación, gestión y seguimiento de las prácticas externas de los estudiantes, siempre apoyada por el Coordinador/a de Prácticas de la Facultad.

La oferta de prácticas externas podrá provenir tanto del COIE como de la Facultad de CC. EE. y Empresariales (coordinación académica del Máster y/o coordinación de prácticas). Asimismo, los estudiantes podrán realizar candidaturas espontáneas a una determinada empresa o institución, si bien la coordinación del Máster deberá validar el proyecto formativo antes de formalizarse la práctica.

La selección del estudiante corresponderá a la entidad oferente de la práctica.

El estudiante, ya matriculado, deberá disponer del borrador del Anexo de Prácticas facilitado por el COIE, en el que se demuestra la intención de la empresa o institución de incorporarle mediante un convenio de cooperación educativa. Tras ello, se procederá a la asignación de un tutor académico de la práctica, elegido entre los docentes del máster, lo cual se comunicará al coordinador/a de prácticas y a la secretaría del centro.

Durante el periodo de prácticas el estudiante contará con un tutor empresarial, responsable de la tutela efectiva en la institución y con un tutor académico, que será el encargado, además del seguimiento de la práctica, de calificar la asignatura en función del aprendizaje alcanzado por el estudiante durante dicho periodo.

En el caso de que el estudiante no supere la citada asignatura en el curso académico, deberá matricularse de nuevo de los créditos pendientes.

### Observaciones

La información relativa a las prácticas en empresas en las titulaciones oficiales de Máster de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, se puede consultar en:

<http://web.unican.es/centros/economicas/masteres-oficiales/practicas-en-empresas-estudios-de-master>

El reconocimiento de créditos por prácticas/experiencia laboral está regulado por la facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, pudiéndose consultar dicho reglamento en el enlace: <http://web.unican.es/centros/economicas/Documents/Normativa%20Pr%c3%a1cticas%20en%20Empresas%20M%c3%a1ster.pdf>

## 7. MÉTODOS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

### Criterios de valoración

Criterios	Ponderación
Informe del tutor profesional	60%
Memoria final de prácticas	40%
Otros (detallar)	

### Observaciones

La evaluación y calificación final de las prácticas corresponde al tutor académico. Respecto a la introducción de calificaciones y validación de actas, sólo existirá una convocatoria que estará abierta a lo largo de todo el curso académico.

Se expedirá un acta individual por estudiante con información sobre la práctica y la calificación obtenida, firmada por el tutor académico.

## 8. COMPETENCIAS LINGÜÍSTICAS EN INGLÉS

### Competencias lingüísticas en inglés

Comprensión escrita	<input type="checkbox"/>
Comprensión oral	<input type="checkbox"/>
Expresión escrita	<input type="checkbox"/>
Expresión oral	<input type="checkbox"/>
Asignatura íntegramente en inglés	<input type="checkbox"/>
Observaciones	