



## PROGRAMA DE LA ASIGNATURA Prácticas

UNIVERSIDAD  
DE SEVILLA

### Datos básicos de la asignatura

---

<b>Titulación:</b>	Grado en Marketing e Investigación de Mercados
<b>Año plan de estudio:</b>	2009
<b>Curso implantación:</b>	2009-10
<b>Centro responsable:</b>	Facultad de CC. Económ. y Empresariales
<b>Nombre asignatura:</b>	Prácticas
<b>Código asignatura:</b>	1800046
<b>Tipología:</b>	PRACTICAS EXTERNAS OPTATIVAS
<b>Curso:</b>	4
<b>Periodo impartición:</b>	Anual
<b>Créditos ECTS:</b>	12
<b>Horas totales:</b>	300
<b>Área/s:</b>	Comercialización e Investigación de Mercados Derecho Mercantil Economía Aplicada Economía Aplicada Economía Aplicada Economía Financiera y Contabilidad Economía Financiera y Contabilidad Historia e Instituciones Económicas Métodos cuantitativos para la Economía y Empresa Organización de Empresas Organización de Empresas
<b>Departamento/s:</b>	Análisis Económico y Economía Política Administración de Empresas y Marketing Administración de Empresas y Marketing Contabilidad y Economía Financiera Derecho Mercantil Economía Aplicada I Economía Aplicada II Economía Financiera y Dirección de Op. Economía Financiera y Dirección de Op. Economía e Historia Económica Economía e Historia Económica

### Objetivos y competencias

---

#### OBJETIVOS:

Permitir a los estudiantes aplicar y complementar los conocimientos adquiridos en su



UNIVERSIDAD  
D SEVILLA

## PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

### Prácticas

formación académica, favoreciendo la adquisición de competencias que le preparen para el ejercicio de actividades profesionales, faciliten su empleabilidad y fomenten su capacidad de emprendimiento.

#### COMPETENCIAS:

\* Las competencias específicas a desarrollar, son las siguientes:

- Gestionar y administrar la función comercial de una empresa u organización de pequeño tamaño, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades.
- Integrarse en el área funcional de marketing de una empresa u organización mediana o grande y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada.
- Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa y en especial del área de marketing e investigación de mercados
- Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados
- Redactar proyectos de gestión global o áreas funcionales de la empresa relativas al ámbito del marketing e investigación de mercados
- Entender el impacto del entorno histórico-jurídico-económico en la empresa y en especial en el área de marketing en el ámbito nacional e internacional.
- Ser capaz de aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados.

\* Las competencias genéricas a desarrollar son las siguientes:

- Tener capacidad de organizar y planificar
- Ser capaz de reunir e interpretar datos e información relevantes en el área de Marketing e Investigación de Mercados para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética



## PROGRAMA DE LA ASIGNATURA Prácticas

- Leer y comunicarse en el ámbito profesional del marketing e investigación de mercados en más de un idioma, en especial en inglés.
- Ser capaz de trabajar en equipo.
- Tener compromiso ético en el trabajo.
- Fomentar, garantizar, conocer y comprender la importancia del respeto a los Derechos Fundamentales, a la igualdad de oportunidades entre Hombres y Mujeres, a la Accesibilidad Universal para las personas con Discapacidad y al respeto a los Valores propios de una Cultura de Paz y Valores Democráticos.
- Poseer motivación por la calidad.
- Fomentar el espíritu emprendedor.

### Contenidos o bloques temáticos

---

La realización de estas prácticas viene regulada por la Normativa de Prácticas Externas de la Universidad de Sevilla (Acuerdo 5.6/CG 24-7-13), y por la Normativa aplicable a las Prácticas Externas de las Titulaciones Oficiales adscritas a la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Sevilla.

Al estar integradas en el Plan de Estudios del Grado en Marketing e Investigación de Mercados, tienen la consideración de prácticas curriculares.

Las mencionadas prácticas serán desarrolladas en empresas e instituciones públicas o privadas que tengan firmado un Convenio de Colaboración con la Universidad de Sevilla.

La adjudicación de prácticas se efectúa de forma competitiva entre todos los matriculados en la asignatura que participen en las convocatorias habilitadas a lo largo del curso académico, tomando, para ello, en consideración, las preferencias señaladas por los estudiantes y primándose, para la asignación, la nota media del expediente académico. Asimismo, en caso de que el alumno fomente la formalización de un nuevo convenio de colaboración con la Universidad de Sevilla, también existe la posibilidad de realizar una práctica curricular nominativa por designación directa que no entraría en convocatoria por concurrencia competitiva.

Esta materia se debe cursar siguiendo un programa previamente establecido y supervisado por el tutor profesional y el tutor académico, y será evaluada conforme a unos criterios



propios, basados en un seguimiento periódico de los avances del estudiante y en una Memoria Final, que permitan valorar los resultados del aprendizaje. Las actividades a realizar, estarán relacionadas con las competencias previstas en la titulación.

Estas prácticas no implican ninguna relación laboral por parte de la institución o empresa que acoge al estudiante.

## Actividades formativas y horas lectivas

---

Actividad	Horas	Créditos
J Prácticas Externas/Practicum	300	30

## Metodología de enseñanza-aprendizaje

---

Prácticas en Empresas o Instituciones.

Realización de trabajos prácticos reales en el seno de una empresa o institución, que se corresponde con 12 créditos ECTS/300 horas (equivalencia en créditos LRU: 30 créditos = 300 horas, en virtud del Real Decreto 1497/1987, de 27 de noviembre, por el que se establecen directrices generales comunes de los planes de estudio de los títulos universitarios de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional).

Durante la realización de estos trabajos prácticos, los estudiantes estarán bajo tutela académica y profesional.

El tutor/a académico/a será, preferentemente, un profesor/a del Grado en Marketing e Investigación de Mercados, encargado del seguimiento (periódico y final) del estudiante durante el desarrollo de las Prácticas Externas.

El tutor/a profesional es la persona de la empresa o institución que se hace cargo del asesoramiento y dirección del trabajo de prácticas a realizar por el estudiante a quien se haya adjudicado la plaza.

## Sistemas y criterios de evaluación y calificación

---



UNIVERSIDAD  
DE SEVILLA

## PROGRAMA DE LA ASIGNATURA Prácticas

Al finalizar la práctica, el tutor/a académico/a hará la evaluación final de la misma. Para ello, tomará en consideración, al menos, los informes periódicos y la Memoria Final realizados por el alumno sobre las actividades llevadas a cabo durante el período de prácticas, así como el informe emitido por el tutor profesional, en el que calificará la labor del alumno en la empresa sobre la base de los siguientes criterios:

- Motivación de logro
- Capacidades técnicas adquiridas
- Capacidad de aprendizaje demostrada
- Capacidad para la administración de trabajos demostrada
- Habilidades de comunicación oral y escrita
- Sentido de la responsabilidad
- Facilidad de adaptación
- Creatividad e iniciativa
- Implicación personal
- Receptividad de las críticas
- Puntualidad
- Relaciones con su entorno laboral
- Capacidad de trabajo en equipo
- Competencias previstas en el Proyecto Formativo

### PLAN DE CONTINGENCIA PARA EL CURSO 2021-2022

En caso de contingencias derivadas de la situación de pandemia, las prácticas externas curriculares se mantendrán en los mismos términos que estén establecidos en la memoria verificada del título y en los convenios en vigor entre la Universidad de Sevilla y las entidades colaboradoras.



Se contemplan dos posibles escenarios de adaptación:

- Escenario A:

Se podrán ofertar prácticas curriculares de carácter telemático, así como en modalidad semi-presencial y presencial, siempre que las circunstancias lo permitan y las entidades colaboradoras satisfagan las condiciones sanitarias y de aforo máximo permitidas por las autoridades - previa firma de una declaración responsable de cumplimiento de las medidas sanitarias por parte del alumno y de la entidad, que quedará incorporada en su expediente en la Secretaría del Centro-.

Para las prácticas telemáticas y en modalidad semi-presencial, los tutores académicos intensificarán su labor de seguimiento del desempeño de los contenidos formativos que, en todo caso, estarán comprendidos en el marco de las competencias previstas por el Plan de Estudios de la titulación.

- Escenario B:

Podrán ofertarse prácticas curriculares de carácter telemático exclusivamente, como consecuencia de la suspensión de la actividad académica presencial derivada de una situación de confinamiento temporal decretada por las autoridades sanitarias.

Las prácticas curriculares que, habiendo comenzado en modalidad presencial o semi-presencial, quedaran interrumpidas por el eventual confinamiento, podrán pasarse a modalidad telemática si la entidad colaboradora lo ve viable. En todo caso, los tutores académicos intensificarán su labor de seguimiento del desempeño de los contenidos formativos, que deberán estar comprendidos en el marco de las competencias previstas por el Plan de Estudios de la titulación.

Si no fuera posible la adaptación de las prácticas interrumpidas a una modalidad no presencial, los estudiantes que hubieran desarrollado una fracción suficiente de horas presenciales determinada por la Comisión Académica de Prácticas del Centro, podrán completar la adquisición de competencias mediante el desarrollo de actividades formativas alternativas de carácter no presencial.

Estas actividades complementarias serán establecidas por la Comisión Académica de Prácticas, estando guiadas, en todo caso, a alcanzar un volumen razonable de resultados de aprendizaje relacionados con el título, pudiendo consistir en la participación en programas formativos o simuladores con orientación al emprendimiento, la gestión de empresas, la búsqueda y capacitación para el empleo, o el refuerzo de competencias profesionales relacionadas con la inserción laboral, entre otras.



UNIVERSIDAD  
DE SEVILLA

## PROGRAMA DE LA ASIGNATURA Prácticas

Asimismo, la Universidad de Sevilla también podrá prorrogar la reanudación o la realización presencial de las prácticas curriculares, incluso de manera intensiva, en aquellos periodos en los que la situación sanitaria lo permita, para facilitar que los estudiantes culminen la asignatura.