



## 1. Identificación

### 1.1. De la Asignatura

|                                              |                                                          |
|----------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| Curso Académico                              | 2022/2023                                                |
| Titulación                                   | MÁSTER UNIVERSITARIO EN<br>MARKETING DIGITAL Y ANALÍTICO |
| Nombre de la Asignatura                      | PRÁCTICAS                                                |
| Código                                       | 6716                                                     |
| Curso                                        | SEGUNDO                                                  |
| Carácter                                     | PRÁCTICAS                                                |
| N.º Grupos                                   | 1                                                        |
| Créditos ECTS                                | 12                                                       |
| Estimación del volumen de trabajo del alumno | 300                                                      |
| Organización Temporal/Temporalidad           | Cuatrimestre                                             |
| Idiomas en que se realiza                    | ESPAÑOL                                                  |
| Tipo de Enseñanza                            | Presencial                                               |

### 1.2. Del profesorado: Equipo Docente

|                                                                                |                                                             |                                                                                               |         |              |                                                    |                |
|--------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|---------|--------------|----------------------------------------------------|----------------|
| Coordinación<br>de la asignatura<br>MARIA DOLORES<br>PALAZON VIDAL<br>Grupo: 1 | Área/Departamento                                           | COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS/<br>COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS |         |              |                                                    |                |
|                                                                                | Categoría                                                   | PROFESORES TITULARES DE UNIVERSIDAD                                                           |         |              |                                                    |                |
|                                                                                | Correo Electrónico /<br>Página web / Tutoría<br>electrónica | mariolap@um.es<br>www.um.es/marketing<br>Tutoría Electrónica: SÍ                              |         |              |                                                    |                |
|                                                                                | Teléfono, Horario y<br>Lugar de atención al<br>alumnado     | Duración                                                                                      | Día     | Horario      | Lugar                                              | Observaciones  |
|                                                                                |                                                             | Anual                                                                                         | Viernes | 11:00- 14:00 | 868884599,<br>Facultad de<br>Economía<br>y Empresa | Despacho D4/09 |



## 2. Presentación

Esta asignatura permite al estudiante la adquisición de experiencia profesional mediante la realización de prácticas formativas externas, que propician su integración en un contexto de aprendizaje ubicado en campos reales, relacionados con el ámbito profesional de la titulación. Las prácticas externas deben fomentar al mismo tiempo la adquisición de las competencias específicas del título que garanticen una exitosa inserción en el mundo laboral.

Esta asignatura se desarrollará en una institución, empresa, o entidad externa y bajo la supervisión tanto de un tutor o tutora externo como de un tutor o tutora interno (profesor de la UMU).

## 3. Requisitos Previos

## 4. Competencias

### 4.1 Competencias Básicas

- 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.

### 4.2 Competencias de la titulación

- CG1. Actuar de forma proactiva en la búsqueda de la solución más eficiente a los problemas que plantee la gestión del marketing digital, tomando decisiones efectivas y una posterior evaluación de los resultados en base al análisis de datos.
- CG2. Demostrar las capacidades de desarrollar un razonamiento crítico a través del análisis de la información desde criterios objetivos y posibilitando el desarrollo de mejoras en la gestión del marketing digital.
- CG3. Capacidad para el diseño, puesta en marcha y gestión de proyectos innovadores sustentados en el uso intensivo y eficiente de las herramientas digitales en los diferentes ámbitos del Marketing Digital.
- CG4. Desarrollar la iniciativa y el espíritu emprendedor en el ámbito del marketing digital.
- CG5. Capacidad para comprender el entorno y contexto digital desde diversas perspectivas.
- CG6. Capacidad de desarrollar una actitud compatible con los valores de la sostenibilidad y la responsabilidad social en la aplicación de estrategia de marketing digital y el análisis de datos.



- CG7. Capacidad para redactar y justificar de forma clara, coherente y ordenada informes, que contengan tanto datos numéricos, como aspectos conceptuales, adaptando la forma y el contenido a sus destinatarios, según vayan dirigidos a la dirección, agencias o clientes en el ámbito del marketing.
- CG8. Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar una problemática propia del ámbito del marketing digital, y de establecer planes, alternativas y conclusiones coherentes en torno a dicha problemática.
- CE1. Capacidad para diseñar y planificar estrategias propias del marketing digital, optimizando el manejo de las variables del Mix de Marketing: producto, precio, comunicación y distribución.
- CE2. Conocer y aplicar las principales herramientas estratégicas para la gestión de empresas digitales.
- CE3. Capacidad de ejercer el liderazgo, la toma de decisiones fundamentadas en la ética y la responsabilidad social, y procurar motivación al equipo en la labor de dirección de ventas y en su trabajo en el área del Marketing.
- CE4. Capacidad para identificar y explicar las nuevas formas de relacionarse con los consumidores en el entorno digital.
- CE5. Aplicar las herramientas de marketing digital para la creación efectiva de vínculos con el consumidor.
- CE6. Conocer los pilares para el desarrollo del emprendimiento en el entorno digital.
- CE7. Elaborar y desarrollar proyectos empresariales en el ámbito de la economía digital.

#### 4.3 Competencias transversales y de materia

### 5. Tipo de prácticas

Práctica de campo :

Conjunto integrado de prácticas a realizar en empresas o instituciones vinculadas a la Universidad por convenios o conciertos que pongan en contacto a los estudiantes con los problemas y procesos de la práctica profesional

### 6. Programa de Actividades

| Actividad             | Temporalización                                                                                                                           |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| AF3. Trabajo Autónomo | Realización del informe o memoria de prácticas donde se recogerán las principales actividades llevadas a cabo por el alumno en la empresa |
| AF4. Tutorías         | Cada alumno será asignado a un tutor académico que le podrá guiar en las actividades autónomas que esté desarrollando.                    |



| Actividad               | Temporalización                                                                                                                               |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| AF5. Prácticas Empresas | Realización de las prácticas propiamente dichas. Periodo de tiempo que el alumno está efectivamente en la empresa desarrollando su actividad. |

## 7. Sistema de Evaluación

|                         |                                                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Métodos / Instrumentos  | Valoración del tutor externo sobre el trabajo realizado en su empresa.                                                                                                                                                                       |
| Criterios de Valoración | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocimientos del estudiante en prácticas</li> <li>- Grado de satisfacción con el trabajo realizado por el alumno</li> <li>- Competencias mostradas por el estudiante en prácticas</li> </ul>       |
| Ponderación             | 70                                                                                                                                                                                                                                           |
| Métodos / Instrumentos  | Valoración del Informe de Prácticas realizado por el alumno.                                                                                                                                                                                 |
| Criterios de Valoración | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estructura y presentación de la memoria</li> <li>- Claridad expositiva</li> <li>- Conexión de conocimientos adquiridos con practicas realizadas</li> <li>- Capacidad de análisis crítico</li> </ul> |
| Ponderación             | 30                                                                                                                                                                                                                                           |

### Fechas de exámenes

Consulte usted en la página Web de la titulación

## 8. Resultados del Aprendizaje

La realización de prácticas externas se contempla como un proceso de adquisición de conocimiento transversal, basado en la plasmación del contenido de las asignaturas en un contexto de trabajo concreto, circunscrito a situaciones reales, en entornos profesionales de su futuro sector de actividad. En el transcurso de estas prácticas se espera que el estudiante se enfrente a la complejidad de la profesión y sea capaz de buscar alternativas ad hoc ante la aparición de problemas y sobre la base del conocimiento adquirido. El alumno tendrá a su disposición un tutor en el centro colaborador que le guiará en el desarrollo de las prácticas, además del profesor académico perteneciente a Universidad de Murcia.



## 9. Normativa

### Reglamento del centro

<http://www.um.es/web/economiayempresa/contenido/normativa>

## 10. Observaciones

**ENTREGA DE LA MEMORIA DE PRÁCTICAS:** La memoria de prácticas se podrá entregar en las convocatorias de enero, junio y julio. Se abrirá una Tarea en el sitio de la asignatura en el Aula Virtual para la entrega de la memoria. El coordinador de la asignatura dará las indicaciones pertinentes a través del sitio de la asignatura en el Aula Virtual. En el momento de la evaluación de la asignatura el alumno debe de haber realizado el número de horas exigido por la asignatura y debe estar disponible el informe del tutor empresarial en el sitio web del COIE para su evaluación.

**NECESIDADES EDUCATIVAS ESPECIALES.** Aquellos estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales podrán dirigirse al Servicio de Atención a la Diversidad y Voluntariado (ADYV; <http://www.um.es/adv/>) para recibir orientación sobre un mejor aprovechamiento de su proceso formativo y, en su caso, la adopción de medidas de equiparación y de mejora para la inclusión, en virtud de la Resolución Rectoral R-358/2016. El tratamiento de la información sobre este alumnado, en cumplimiento con la LOPD, es de estricta confidencialidad.