



GUÍA DOCENTE
**PRÁCTICAS ACADÉMICAS
EXTERNAS CURRICULARES**

Coordinación: TREPAT CLEMENS, MIREIA

Año académico 2023-24

Información general de la asignatura

Denominación	PRÁCTICAS ACADÉMICAS EXTERNAS CURRICULARES			
Código	14289			
Semestre de impartición	ANUAL EVALUACIÓN CONTINUADA			
Carácter	Grado/Máster	Curso	Carácter	Modalidad
	Máster Universitario en Marketing de Medios Sociales	1	OBLIGATORIA	Virtual
Número de créditos de la asignatura (ECTS)	6			
Tipo de actividad, créditos y grupos	Tipo de actividad	PAES		
	Número de créditos	6		
	Número de grupos	1		
Coordinación	TREPAT CLEMENS, MIREIA			
Departamento/s	ECONOMÍA Y EMPRESA			
Información importante sobre tratamiento de datos	Consulte este enlace para obtener más información.			
Idioma/es de impartición	Catalán / castellano / inglés			

Profesor/a (es/as)	Dirección electrónica\profesor/a (es/as)	Créditos impartidos por el profesorado	Horario de tutoría/lugar
TREPAT CLEMENS, MIREIA	mireia.trepat@udl.cat	3	

Información complementaria de la asignatura

Se trata de actividades realizadas por los estudiantes del máster en empresas privadas u organismos públicos que permitan combinar teoría y práctica. Se pretende con ello dar al estudiante la oportunidad de combinar los conocimientos teóricos con los de contenido práctico y de incorporarse al mundo profesional al finalizar el programa con un mínimo de experiencia.

A través de las Prácticas las empresas colaboran en la formación de los futuros titulados en el máster, contribuyendo a introducir con realismo los conocimientos que el trabajo cotidiano exige en la formación del universitario y a facilitar una mayor integración social en los centros universitarios. El programa no establece relación contractual alguna entre el estudiante y la empresa, toda vez que, por su naturaleza, es estrictamente académica y no laboral.

El estudiante del máster, desarrollando normal y alternativamente sus estudios entre la Universidad y la empresa, adquiere un conocimiento práctico de su futura profesión, que redundará en beneficio de todos los estamentos implicados y, naturalmente en la sociedad en que está inserto.

Las Prácticas de Empresa son tutorizadas por un supervisor de la empresa de acogida y de un profesor tutor del máster.

Se contempla la **posibilidad de convalidar esta asignatura** para aquellos estudiantes que acrediten experiencia profesional de mínimo un año en el sector del marketing digital.

Objetivos académicos de la asignatura

Las prácticas académicas externas curriculares en el Máster Universitario en Marketing de Medios Sociales nacen con el objetivo claro de formar profesionales que adquieran unas habilidades y destrezas que les hagan capaces de resolver los problemas de gestión propios de su ámbito competencial. Quieren ser un puente de unión y de adaptación continua de los conocimientos adquiridos en las aulas universitarias y la realidad empresarial y laboral de nuestra sociedad, que debe dar como resultado un valor añadido a los estudios en el sentido de conseguir un reconocimiento profesional y una adaptación al mundo laboral y al entorno geográfico al que pertenecen.

Para alcanzar los objetivos mencionados, el programa de prácticas en empresas tiene como función principal facilitar e incitar el intercambio de opiniones y diálogo permanente con el tejido empresarial, profesional e institucional leidano, así como en otros ámbitos geográficos, por lo que las empresas, profesionales e instituciones tengan más protagonismo e implicación en el proceso de formación de los estudiantes. El programa de prácticas debe permitir que las empresas y profesionales conozcan de primera mano el nivel de formación de los estudiantes de la Universidad de Lleida, así como su experiencia dentro del tejido empresarial afín.

Competencias

Básicas

CB1 Poseer y comprender 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

CB2 Saber aplicar los conocimientos adquiridos y tener capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB3 Ser capaz 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

CB4 Saber 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

CB5 Poseer las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo

Generales

CG1 Analizar y sintetizar ideas, datos y contenidos

CG2 Organizar y planificar recursos y personas

CG3 Trabajar en equipo y liderar

CG4 Razonar y evaluar de forma crítica

CG5 Asegurar la calidad

CG6 Trabajar y aprender de forma autónoma

CG7 Aplicar el conocimiento a la práctica

CG8 Tomar decisiones estratégicas que tengan en cuenta los condicionantes económicos, culturales, sociales y políticos específicos.

CG9 Expresarse correctamente de forma oral y escrita

CG10 Dominar una lengua extranjera

CG11 Dominar las TIC

CG12 Respetar los derechos fundamentales

Específicas

CE1 Implementar de forma efectiva las herramientas tecnológicas para desarrollar proyectos de marketing de medios sociales.

Contenidos fundamentales de la asignatura

Se trata de actividades realizadas por los estudiantes del máster en empresas privadas u organismos públicos que permitan combinar teoría y práctica. Se pretende con ello dar al estudiante la oportunidad de combinar los conocimientos teóricos con los de contenido práctico y de incorporarse al mundo profesional al finalizar el programa con un mínimo de experiencia.

A través de las Prácticas las empresas colaboran en la formación de los futuros titulados en el máster, contribuyendo a introducir con realismo los conocimientos que el trabajo cotidiano exige en la formación del universitario y a facilitar una mayor integración social en los centros universitarios. El programa no establece relación contractual alguna entre el estudiante y la empresa, toda vez que, por su naturaleza, es estrictamente académica y no laboral.

El estudiante del máster, desarrollando normal y alternativamente sus estudios entre la Universidad y la empresa, adquiere un conocimiento práctico de su futura profesión, que redundará en beneficio de todos los estamentos implicados y, naturalmente en la sociedad en que está inserto.

Las Prácticas de Empresa son tutorizadas por un supervisor de la empresa de acogida y de un profesor tutor del máster.

Ejes metodológicos de la asignatura

Metodologías docentes:

-Tutoría

-Trabajos individuales y en grupo

-Prácticas académicas externas curriculares

Las **tareas concretas** que deberá realizar el estudiante son las siguientes:

- Matricularse en la materia de prácticas externas.
- Mantener una primera entrevista con el coordinador de prácticas externas para manifestar los intereses y preferencias en la realización de las prácticas externas.
- Mantener una primera entrevista con la entidad colaboradora asignada para terminar de definir aspectos concretos del puesto de prácticas.
- Firmar la documentación (Proyecto Formativo) necesaria antes de iniciar la estancia en la entidad colaboradora.
- Hacer las prácticas en la entidad colaboradora asignada, respetando las normas horarias, responsabilidades y desarrollo de tareas que se hayan establecido.
- Cumplir el calendario de tutorías con su tutor académico.
- Redactar la "Memoria de las prácticas externas".
- Llenar el Informe de Autoevaluación del estudiante

Plan de desarrollo de la asignatura

Fecha	Actividad	Responsable
Inicio de curso	Matricularse a las prácticas externas	Automatrícula
2ª quincena de octubre	1a. Sesión explicación general: (Grupal) <ul style="list-style-type: none"> • Presentación de las prácticas externas • Explicación del proceso de asignación • Introducción de datos y envío CV al aplicativo de gestión de prácticas 	Coordinador
A solicitud del estudiante, durante el curso	Asignación de plazas	Coordinador / Tutor
10 días antes del inicio de la estancia en la empresa	2a Sesión: (individual) <ul style="list-style-type: none"> • Planificar la primera toma de contacto con la empresa, condiciones, confidencialidad... • Asignación del tutor académico 	Tutor
7 días antes del inicio de la estancia en la empresa	3a Sesión: (individual) <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar el proyecto formativo y firmarlo 	Tutor
Durante el curso	Inicio de las prácticas	
Una vez iniciada la estancia en la empresa	4a Sesión: (individual) <ul style="list-style-type: none"> • Indicar pautas memoria • Explicar evaluación 	Tutor
Antes de la finalización de la estancia	5a sesión: (individual) <ul style="list-style-type: none"> • Resolución dudas memoria 	Tutor
Durante el curso	Finalización estancia empresa (80h)	
Al finalizar la estancia en la empresa	6a Sesión: (individual) <ul style="list-style-type: none"> • Presentación de la memoria • Evaluaciones 	Tutor

Sistema de evaluación

Sistemas de evaluación:

Una vez terminadas las prácticas, el alumno deberá realizar una memoria sobre las mismas de acuerdo con las especificaciones que se fijan en el programa de prácticas.

En la evaluación se tendrá además en cuenta el número de horas de prácticas realizadas y la diversidad de empresas y tareas desempeñadas.

La memoria deberá ser presentada en las fechas previstas en la convocatoria de exámenes del centro y será evaluada por el tutor del alumno. En la evaluación será tenido en cuenta el informe presentado por el supervisor de prácticas de la empresa.

Bibliografía y recursos de información

Modelo de elaboración de la memoria de prácticas externas. Prácticum:

http://www.etsea.udl.cat/export/sites/Etsea/es/documentos/normativa/Como_redactar_la_memoria_de_prxcticas_externas_Practicum.pdf