

Proyecto Formativo Módulo Prácticas Externas: Grado en Marketing

Organización

La asignatura de Prácticas Externas es de carácter obligatorio y se desarrollará preferentemente durante el cuarto curso de Grado. La duración de las prácticas será la que determine el plan de estudios.

El tutor académico de la asignatura es el responsable de hacer el seguimiento durante la realización de las prácticas, supervisar su calidad y adecuación, y evaluar la asignatura a su finalización, basándose en el informe final del tutor en la empresa y en la memoria final elaborada por el estudiante.

Competencias generales:

- Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.
- Capacidad de organización y planificación: Aplicada a una empresa u organización, identificando sus fortalezas y debilidades.
- Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español. Estar preparado para hacerse entender por jefes y subordinados de forma clara y concisa y ser capaz de elaborar informes de asesoramiento y proyectos de gestión empresarial (global o por áreas funcionales).
- Comunicación oral y escrita en una lengua extranjera: comprender y ser capaz de comunicarse en contextos económicos-empresariales en inglés.
- Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio: usar habitualmente la tecnología de la información y las comunicaciones en todo su desempeño profesional.
- Habilidad para analizar, buscar y discriminar información proveniente de fuentes diversas: ser capaz de identificar las fuentes de información económica relevante, obtener y seleccionar información relevante imposible de reconocer por no profesionales.

- Capacidad de esquematización y extrapolación: el alumno debe ser capaz de entender las instituciones económicas como resultado y aplicación de representaciones teóricas o formales acerca de cómo funciona la economía.
- Capacidad para la resolución de problemas.
- Capacidad para la investigación.
- Capacidad para aplicar al análisis de los problemas, criterios profesionales basados en el manejo instrumentos técnicos.
- Motivación por la calidad y el rigor en el trabajo.
- Creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor.
- Capacidad y fluidez en la comunicación: el alumno deberá ser capaz de integrarse en la empresa u organización y establecer mecanismos de comunicación formal e informal.
- Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar.
- Trabajo en un contexto internacional.
- Habilidad en las relaciones personales.
- Capacidad para trabajar en entornos diversos y multiculturales: reconocimiento y respeto a la diversidad.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Compromiso ético en el trabajo.
- Trabajar en entornos de presión.
- Aprendizaje autónomo.
- Adaptación a nuevas situaciones.
- Creatividad.
- Liderazgo.
- Iniciativa y espíritu emprendedor.
- Motivación por la calidad.
- Sensibilidad hacia temas medioambientales y sociales.
- Aplicar los conocimientos a la práctica
- Diseño y gestión de proyectos.

- Capacidad para la divulgación de las cuestiones económicas-empresariales.

Competencias específicas:

- Gestionar y Administrar la función comercial de una empresa u organización entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades.
- Ser capaz de llevar a cabo la planificación de marketing estratégico.
- Ser capaz de identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing.
- Conocer y ser capaz de desarrollar el proceso de Investigación Comercial.
- Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.
- Comprender el papel y la importancia de la comunicación integrada de marketing.
- Ser capaz de diseñar e implantar un plan de comunicación integrada de marketing.
- Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas apropiadas para la resolución de problemas de comunicación comercial.
- Ser capaz de identificar los problemas relacionados con la gestión de los canales de distribución y de las organizaciones que conforman el sistema comercial.
- Ser capaz de gestionar la función de ventas en las organizaciones.
- 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.
- Integrarse en el área funcional de marketing de una empresa u organización y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada.
- Ser capaz de presentar y defender un proyecto completo que integre las actividades de marketing o Plan de Marketing.
- 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.
- Conocer y aplicar los conceptos fundamentales relativos al régimen jurídico que afecta al mercado y en particular a la empresa y sus decisiones.
- Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas necesarias para el diagnóstico y análisis empresarial, así como para su aplicación en la gestión de marketing en la empresa.
- Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.

Salidas profesionales

El grado de marketing proporciona las destrezas necesarias para el desarrollo de una amplia gama de actuaciones dentro de las áreas de dirección y gestión de marketing en prácticamente todos los sectores laborales del mundo privado e incluso en instituciones públicas (marketing público) u organizaciones de carácter social (marketing social).

Dentro del ámbito de la empresa privada cabe destacar las opciones laborales que puede encontrar en los departamentos de: marketing, publicidad, investigación de mercados, ventas, distribución comercial, marketing directo, nuevas tecnologías; así como por cuenta propia como consultor o asesor en comercialización de productos o servicios.

Convenios firmados / Entidades colaboradoras

La Universidad Rey Juan Carlos, a través de la **Unidad de Prácticas Externas**, cuenta actualmente con más de 6.000 entidades privadas y públicas para la realización de programas de prácticas de sus alumnos, incrementándose cada año el número de aquellas que desean firmar convenios de colaboración con la URJC.

Algunas de las entidades e instituciones más representativas con las que la URJC mantiene firmado convenios de cooperación educativa para el Grado en Marketing son, entre otros:

- A.M. Comunicación Marketing Promocional S.L.
- Abanza Marketing & Consulting S.L.

- Aires News Comunicacion, S.L.
- Alavista Creatividad, Marketing Y Web
- Alcampo S.A.
- Alcandora Publicidad, S.L.
- Alitalia Compagnia Aérea Italiana Spa
- Aloja Comunicación, S.L.
- Altadis S.A.
- Alternativa De Eventos Y Congresos, S.L.
- American Express
- Andrew Mcconochie Design&Communication
- Anónimo Publicidad
- Aplus Field Marketing
- Aro Comunicaciones, S.L.
- Asesores De Comunicación Ostos, Sola & Asociados, S.L
- Asesores De Relaciones Públicas Y Comunicación
- Asistencia Y Desarrollo Empresarial, S.L.
- Asociación Centro Comercial Abierto El Puerto De Santa María
- Avalon Diseño, Comunicación Y Marketing SI
- Aya Imagen Y Comunicación, S.L.S.U.
- Balaguer Comunicación
- Bc Publicidad- Víctor Manuel Gonzalo Duboy
- Bassat Ogilvy Consejeros De Comunicación
- Becool Publicidad, S.L.
- Beta Comunicación Y Diseño, S.L.
- Cam - Dirección Gral. De Calidad De Los Servicios Y Atención Al Ciudadano De La Comunidad De Madrid
- Campofrio Food Group
- Clarins Paris S.A
- Cluster De Comunicación Y Marketing De Las Islas Canarias
- Comercial Mercedes Benz, S.A.
- Comercial Multimedia Vocento S.A.U.
- Comercial Y Desarrollo De Eficiencia Energética SI
- Comercializadora De Medios De Andalucía, S.L.U.
- Compañía Española De Petróleos, S.A.U. (Cepsa)
- Compañía Para La Comunicacion De Bebidas Sin Alcohol S.L.
- Comunica Marketing On-Line S.L.
- Comunica Mas A, Agencia De Publicidad, S.L.U.
- Comunicación De Valor Añadido
- Comunicacion Empresarial,S.L.
- Comunicación Horizontal Y Nuevos Medios SI
- Comunicacion Integral Y Marketing Jurídico, S.A
- Comunicación Singular Marketing Y Publicidad S.L
- Comunicacion Y Logística Canaria SI
- Comunicaciones Norte De Málaga, S.C.A
- Comunalia
- Consorci De Serveis Empresarials Del Gran Penedès SI
- Consultoría De Comunicación Y Rr.Pp
- Contrapunto Bbdo Sa
- Cortefiel S.A.
- Corporate Communicator S.L.

- Creativa De Inversiones Turísticas S.L
- Degesys. Desarrollo Y Gestión De Sistemas De Información, S.A.
- Desarrollo Y Publicidad De Castilla La Mancha, S.A.
- Dia D Marketing S.L.
- Distribuciones Conrado Mayoral, S.A.
- Distribuidora De Productos Farmacéuticos Mertzfarma S
- Dnoise Agencia De Comunicación S.L.
- E-Deas Sales & Training, S. L
- Ediciones Marketing Y Publicidad S.L
- El Corte Ingles, S.A.
- Enrique Armendáriz Comunicación Y Relaciones Públicas
- Estrategia De Marketing En La Red (Emred)
- Etnia Comunicacion SI
- Euroimagen Y Comunicacion
- Evora Marketing
- Externa, Marketing & Events
- General Motors España, S.L.U.
- Gómez-Acebo Comunicación S.L
- Groupm Publicidad Worldwide S.A
- Grupo De Medios De Comunicacion El Dia
- Grupo Leben Servicios De Marketing SII
- Grupo Marktél, Servicios De Marketing Telefónico S.A
- Grupo Orangina Schweppes España, S.A.
- Grupo Regio Marketing S.L
- Grupo Santillana De Ediciones S.L.
- Haike Marketing, S.L.
- Hg Marketing & Mediapress S.L.
- Home Comunicacion, S.L.
- Ikea Ibérica S.A.
- Imagométrica De Difusión Y Mercadotecnia SI
- Imedia Comunicación
- Inditex S.A.
- Iniciativas De Comunicación De Canarias, S.L.
- Iniciativas De Marketing Audiovisual S.L.
- J. Garcia Carrión, S.A.
- Jazztel
- Jfk Ideas Publicitarias Y De Comunicación, SI
- Kanlli Publicidad S.A
- Knight Frank España, S.A
- Laformula De Comunicacion, S.L.
- Lead Media Perfomance Marketing
- Lime XI Communication, S.A.
- Loréal España
- Mahou, S.A.
- Mangalia Comunicación SI
- Mbo Publicidad Y Gestión Madrid S.L.
- Mercadona, S.A.
- Metrópolis Comunicación, S.L.U
- Mmcatalan Publicidad SI



- Montané Comunicación S.L
- Ms Comunicación S.L
- Muy Personal Comunicación S.L.
- Nissan Motor España, Sa
- Nrg Marketing Ereaga Xxi S.L
- Over Marketing Y Comunicación, SI
- Outside Comunicacion Integral S.L.
- Panorámica Hd & Publicidad
- Pdm Digital Marketing
- Peugeot España S.A.
- Pool Creaciones Publicitarias, S.L.U.
- Power Comunicacion
- Promoplus Street Marketing S.L.
- Protos Comunicaciones S.A.
- Q-Comunicación Y Marketing Empresarial S.L
- Publicis Healthcare Communications Group, S.L.U.
- Promociones Radiofónicas Aragonesas,S.L.
- Promoplus Street Marketing S.L.
- Publicyan S.L
- Publifax De
- Comunicaciones
- The Marketing Room Sa
- Publiespaña Sau
- Yell Publicidad S.A