

Professors de contacte

Noms: Joan Llonch Andreu i Rosalía Gallo Martinez

Correu electrònic:

Joan.Llonch@uab.cat

Rosalía.Gallo@uab.cat

Utilització de llengües

Llengua vehicular majoritària: Espanyol (spa)

Equip docent

Joan Llonch Andreu
Rosalía Gallo Martínez

Prerequisits

L'alumne haurà de **sol·licitar** una plaça de pràctiques professionals en el moment de formalitzar la seva matrícula al Màster. L'admissió a aquest mòdul estarà condicionada per:

- La nota d'accés al Màster de l'alumne.
- El seu nivell de coneixement de l'idioma espanyol
- Haurà de superar una **entrevista personal** amb un dels membres de la comissió (tutor).

Objectius

1. Conèixer la realitat empresarial d'una organització mitjançant la seva incorporació dins d'un projecte.
2. Descobrir la realitat d'un mercat o d'un sector i resoldre problemes reals.
3. Donar suport i contribuir al treball empresarial.

Competències i resultats d'aprenentatge

- Analitzar dades d'enquesta mitjançant el programari estadístic adequat.
- Dissenyar i implantar plans de màrqueting segons els criteris d'eficàcia i eficiència.
- Implementar les tècniques emergents a l'àmbit del màrqueting.
- Traslladar a l'àmbit sociopolític l'anàlisi, la planificació i el disseny d'estratègies en el màrqueting.

Continguts

Aquest mòdul integra els coneixements curriculars dels estudiants amb la realització d'unes pràctiques externes. L'alumne realitza 250 hores de pràctiques (10 ects) dins d'una organització empresarial sota la supervisió del seu tutor d'empresa i del seu tutor del Màster.

- Els continguts de les pràctiques professionals s'ajusten als següents temes:
- Intel·ligència Comercial: treballar amb base de dades, l'anàlisi de dades i preparació d'informes.
- Comunicació Comercial: preparació i revisió de material publicitari, l'anàlisi i seguiment de campanyes publicitàries i relació amb mitjans publicitaris.
- Màrqueting on-line: cercar informació, actualització i seguiment de xarxes socials, disseny i control de webs, suport a campanyes de google adwords i networking.
- Gestió de clients: suport a equips de comptes, treballar i actualitzar base de dades de clients, tècniques de segmentació, elaboració presentacions, seguiment i control de clients i ajustaments de pressupostos.
- Investigació de mercats: recerca d'informació, tabulació i anàlisi de dades i presentacions d'informes.

- Màrqueting: recerca d'informació, anàlisi de competència o benchmarking, anàlisi d'indicadors i desenvolupament de plans de màrqueting.

Cada empresa col·laboradora dissenya el seu pla formatiu on s'especifica les tasques a desenvolupar per l'alumne i que encaixa en algun dels continguts assenyalats anteriorment.

Metodologia docent

Fase 1: Sessió informativa dirigida als alumnes admesos al mòdul (Octubre)

Fase 2: Preparació i disseny de les places lliures ofertes per les empreses col·laboradores (coordinadors)

Fase 3: Sessió informativa, presentació de l'oferta de places i indicació de les preferències dels alumnes (Gener)

Fase 4: Assignació dels estudiants a les places lliures en funció del barem de l'expedient de l'alumne i l'entrevista (coordinadors)

Fase 5: Comunicació de la resolució de l'assignació de les places de pràctiques i preparació del conveni (Gener)

Fase 6: Lliurament de tota la documentació del conveni a l'alumne (Febrer)

Fase 7: Inici del període de pràctiques de l'alumne (Febrer, Març o Abril)

Fase 8: Finalització període de pràctiques de l'alumne (Abril, Maig o Juny)

Fase 9: Lliurament de la documentació per l'avaluació del mòdul per part de l'alumne (Juny)

Fase 10: Tancament del mòdul pràctiques professionals.

Activitats formatives

ACTIVITATS FORMATIVES	HORES	RESULTATS D'APRENTATGE
Dirigides	5	4
Supervisada	75	2,3,4
Autònomes	160	2,3,4

Avaluació

L'avaluació del mòdul pràctiques professionals es realitza de la següent manera:

70% full d'avaluació del tutor de les pràctiques externes: El tutor de l'empresa realitza un informe de l'alumne que atén els següents criteris: el nivell de coneixements aportats al lloc de treball, quantitat i qualitat de les tasques realitzades, habilitat i interès mostrat en l'acompliment del treball, iniciativa i predisposició a assumir responsabilitats i lideratge, així com l'adquisició de nous coneixements.

30% Informe de pràctiques realitzat per l'alumne: L'estudiant en finalitzar el seu període de pràctiques realitzarà un informe o memòria de pràctiques on es detalla la feina feta i els resultats assolits al llarg d'aquest període.

Activitats d'avaluació

ACTIVITATS D'AVALUACIÓ	HORES	PES NOTA	RESULTATS D'APRENTATGE
Full d'avaluació	3	70%	1,2,3,4
Informe de pràctiques	7	30%	2,3,4

Bibliografia i enllaços web

- Cardona, P. y García-Lombardía, P. (2005), Cómo desarrollar las competencias de liderazgo. Ed. EUNSA,

Colección Libros IESE, Barcelona.

- **Castro Calvín, J. (2009).** El Factor liderazgo y los activos intangibles en las organizaciones. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco. Bilbao
- **Sánchez Vázquez, J.F. (2010): Liderazgo: teorías y aplicaciones.** Publicaciones Universidad Pontificia, Salamanca.
- **George, Alexander L. y Andrew Bennett (2005).** Case studies and theory development in the social sciences. MIT Press, Cambridge, MA.
- **Perry, Chad (2001).** "Case Research in Marketing", Marketing Review, 1, 303-323.
- **Triado, X.** (2009), El aprendizaje en ciencias sociales mediante el uso de casos audiovisuales. Un instrumento de aprendizaje, motivación y mejora de la comprensión conceptual.
- **Zabalza, Miguel Á.** (2013): "El practicum y las prácticas en empresas: en la formación universitaria". Madrid, Ed. Narcea, cop. 2013