

Pràctiques Professionals

Codi: 43191
Crèdits: 10

2025/2026

Titulació	Tipus	Curs
Màrqueting	PRO	1

Professor/a de contacte

Nom: Maria Pilar Lopez Belbeze

Correu electrònic: pilar.lopez@uab.cat

Idiomes dels grups

Podeu consultar aquesta informació al [final](#) del document.

Prerequisits

L'alumne haurà de sol·licitar plaça de pràctiques professionals en el moment de formalitzar la matrícula al Màster.

L'oferta de pràctiques professionals és d'un màxim de 15 places.

- La nota d'accés al màster o nota mitjana de l'expedient de l'estudiant.
- Superar una entrevista personal amb un membre de la comissió del màster (tutor).
- Un nivell elevat de castellà/català/anglès en cas que la empresa ho requereixi.

Objectius

El mòdul de pràctiques curriculars té com a finalitat complementar la formació acadèmica de l'estudiant mitjançant la seva integració en un entorn professional real.

Els objectius específics són:

- Aplicar els coneixements, les competències i les habilitats adquirits durant el màster en contextos laborals.
- Familiaritzar-se amb la dinàmica del treball en equip, la comunicació a l'empresa i la presa de decisions.
- Desenvolupar competències transversals com ara la responsabilitat, la iniciativa, l'adaptabilitat i l'ètica professional.
- Explorar interessos professionals i orientar el desenvolupament de la carrera professional de l'estudiant.
- Potenciar l'ocupabilitat mitjançant una experiència formativa supervisada a l'àmbit del màster.

Resultats d'aprenentatge

1. CA10 (Competència) Resoldre problemes de màrqueting en col·laboració amb professionals de màrqueting en projectes reals.

2. KA13 (Coneixement) Indicar els coneixements teòrics necessaris per a la resolució de problemes empresarials en l'àrea del màrqueting.
3. KA14 (Coneixement) Determinar fonts d'informació i metodologies de recerca adequades i rigoroses en l'àmbit del màrqueting.
4. SA11 (Habilitat) Demostrar capacitat d'adaptació i de treball en equips multidisciplinaris per assolir objectius de màrqueting comuns.
5. SA12 (Habilitat) Relacionar els resultats de les accions de màrqueting implementades amb el context general de l'organització empresarial.
6. SA13 (Habilitat) Demostrar capacitat d'adaptació i de treball en equips multidisciplinaris i diversos promovent-hi l'equitat de gènere per assolir objectius de màrqueting comuns.

Continguts

Aquest mòdul integra els coneixements curriculars dels estudiants amb el desenvolupament de pràctiques externes. L'estudiant realitza 250 hores de pràctiques, equivalent a 10 ECTS, en una organització empresarial sota la supervisió d'un tutor a l'empresa i al màster.

Els continguts de les pràctiques professionals s'ajusten als temes següents:

- Intel·ligència comercial: treballar amb bases de dades, anàlisi de les dades i preparació d'informes.
- Comunicació comercial: preparació i revisió de material publicitari, anàlisi i seguiment de campanyes publicitàries i relació amb mitjans publicitaris.
- Màrqueting on-line: cercar informacions, actualització i seguiment de xarxes socials, disseny i control de web, suport de campanyes adwords i networking.
- Gestió de clients: suport en equips de comptes, treballar i actualitzar bases de dades de clients, tècniques de segmentació, elaboració de presentacions, seguiment i control de clients i ajustaments de pressupostos.
- Investigació de mercats: cerca d'informació, tabulació i anàlisi de dades i presentacions d'informes.
- Màrqueting: cerca d'informació, anàlisi de competència o benchmarking, anàlisi d'indicadors i desenvolupament de plans de màrqueting

Cada empresa col·laboradora desenvolupa un pla formatiu on s'especifiquen les tasques a desenvolupar per l'alumne i que encaixen en algun dels continguts indicats anteriorment.

Activitats formatives i Metodologia

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Sessions	5	0,2	KA13, KA14
Tipus: Supervisades			
Pràctiques	75	3	SA11, SA13
Tipus: Autònomes			
Desenvolupament treball autònom	160	6,4	CA10, KA13, KA14, SA11, SA12, SA13

La metodologia del mòdul es basa en l'aprenentatge experiencial en entorn professional, guiat per dues figures clau:

- Tutor/a extern/a a l'empresa: supervisa les tasques, acompanya l'estudiant i avalua el seu exercici.
- Tutor/a acadèmic/a o coordinador del mòdul: acompanya el procés, valida l'encaix amb els objectius del programa i fa el seguiment acadèmic.

Les pràctiques curriculars poden tenir dos orígens:

1) Ofertes gestionades i proposades per la Facultat/ Màster.

Quin és el procés?

- El màster posa a la disposició dels alumnes les ofertes de pràctiques provinents d'empreses amb convenis marcs vigents amb la Facultat.
- L'alumne introdueix les seves dades a la base de dades del campus virtual: nota baremació, àmbit de la seva formació bàsica, interessos, idiomes, horaris/disponibilitat, puja el CV i l'enllaç al perfil de LinkedIn.
- Quan l'alumne és seleccionat per l'empresa, es comunica amb el coordinador i la Gestió Acadèmica prepararà el conveni específic de l'estudiant.

2) Ofertes gestionades i proposades pel propi estudiant (prèvia validació).

Quin és el procés?

- L'estudiant realitza el seu procés de cerca d'una plaça de pràctiques curriculars (250h).
- L'estudiant quan té l'acceptació de l'empresa, envia al coordinador de pràctiques el nom i el correu de la persona de contacte de l'empresa.
- El coordinador contacta amb l'empresa per validar les tasques i la gestió acadèmica de la Facultat prepara el conveni marc de l'empresa i el conveni específic per a l'estudiant (temps aproximat de la gestió: 15 dies).
- Aquestes pràctiques s'integren a la quota màxima de 15 estudiants en pràctiques. I en cas de conflicte, es farà el conveni al primer a obtenir plaça a les pràctiques i aportar el contacte de l'empresa al coordinador.

Fases del mòdul de Pràctiques Professionals:

Fase 1: Sessió informativa del mòdul adreçada als alumnes admesos. (octubre)

Fase 2: Cerca oferta de places per part de coordinador i alumnat. (octubre-gener)

Fase 3: Sessió seguiment i presentació de l'oferta de places disponibles per part de coordinador i/o alumnat. (gener)

Fase 4: Assignació dels estudiants a les places disponibles. (febrer)

Fase 5: Lliurament de la documentació a l'estudiant amb plaça de pràctiques. (Febrer)

Fase 6: Inici del període de pràctiques de l'estudiant (febrer, març o abril).

Fase 7: Finalització període de pràctiques de l'estudiant (abril, maig o juny).

Fase 8: Lliurament de la documentació per a l'avaluació del mòdul per part de l'estudiant. (Juny)

Fase 9: Tancament del mòdul Pràctiques professionals.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, perquè els alumnes completin les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura.

Avaluació

Activitats d'avaluació continuada

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Full tutor extern	60%	3	0,12	CA10, SA11, SA12, SA13

L'avaluació del mòdul practiques professionals es basa en:

- 60% full d'avaluació del tutor extern: El tutor de l'empresa realitza un informe de l'estudiant que atén els criteris següents: el nivell de coneixements aportats al lloc de treball, quantitat i qualitat de les tasques realitzades, habilitat i interès mostrat en l'exercici del treball, iniciativa i predisposició a assumir responsabilitats i lideratge, així com la adquisició de coneixements.
- 40% L'informe de pràctiques realitzat per l'alumne: L'estudiant en finalitzar el període de pràctiques realitzarà un informe o memòria on es detalla el treball realitzat i els resultats aconseguits durant aquest període

Bibliografia

- 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, A. L. y Bennett, A. (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, M. A. (2013). "El practicum y las prácticas en empresas : en la formación universitaria". Madrid, Ed. Narcea.

Programari

- RCloud
- CRM
- Mail Marketing
- Excel
- PowerBI
- Microsoft 365
- CapCut
- Canva

Grups i idiomes de l'assignatura

La informació proporcionada és provisional fins al 30 de novembre de 2025. A partir d'aquesta data, podreu consultar l'idioma de cada grup a través daquest [enllaç](#). Per accedir a la informació, caldrà introduir el CODI de l'assignatura

Nom	Grup	Idioma	Semestre	Torn
(PEXTm) Pràctiques externes i pràcticum (màster)	1	No definit	No definit	matí-mixt