

**Prácticas Académicas Externas / External Academic Internships**

<b>Número total de créditos ECTS</b>		6
<b>Tipología</b>		Prácticas Académicas / External Academic Internships
<b>Organización temporal</b>		1er. curso, 2o. semestre / 1st year, 2nd semester
<b>Modalidad</b>		Presencial / Face-to-face
<b>Idioma</b>		Castellano e inglés / Spanish and English
<b>Contenidos</b>		<p>El objetivo fundamental de las Prácticas Académicas Externas es que los alumnos del Máster puedan tomar contacto con el aspecto práctico de los conocimientos de gestión directiva que han ido adquiriendo a lo largo del Máster y proporcionar las competencias y capacidades necesarias para el desarrollo profesional en el área de Marketing Internacional. Estas Prácticas Académicas Externas / External Academic Internships constituyen un espacio de formación complementario donde el alumno podrá ejercitar las competencias desarrolladas. Las prácticas académicas externas son tutorizadas y se realiza un informe de evaluación de la actividad realizada por el alumno durante las mismas.</p> <p>-----</p> <p>The main aim of the internships is to enable Master's students to make contact with the practical aspect of the management knowledge they have acquired throughout the Master's course and to provide the competencies and skills necessary for professional development in the area of International Marketing. These internships are a complementary training space where students can exercise the competences they have developed. The internships are tutored and an evaluation report of the activity carried out by the student during the internship is drawn up.</p>
<b>Resultados de aprendizaje TÍTULO</b>	<b>Conocimientos y contenidos</b>	
	<b>Habilidades y destrezas</b>	<p>HD1 Escoger entre diferentes alternativas comerciales y de planes de comunicación con un alcance internacional en base a las necesidades de la empresa / Choose between different commercial alternatives and communication plans with an international scope based on the company needs</p> <p>HD2 Aplicar correctamente modelos, técnicas, métodos y herramientas de análisis financiero y coste-beneficio específicos de la gestión comercial, el marketing y la comunicación en mercados internacionales. / Apply models, techniques, methods and tools of financial and cost-benefit analysis specific to commercial management, marketing and communication in international markets.</p> <p>HD3 Resolver posibles problemas de gestión de equipos multidisciplinares y multiculturales en proyectos de marketing de alcance internacional / Resolve potential multidisciplinary and multicultural teams management issues in marketing projects of international scope</p>

		<p>HD4 Gestionar las nuevas tecnologías, desarrolladas en el ámbito empresarial y aplicarlas en el desarrollo de la dirección de marketing internacional / Manage new technologies developed in the business environment and apply them in the development of international marketing management.</p>
	<p><b>Competencias</b></p>	<p>CP01 Calcular los indicadores económicos, comerciales y financieros que permitan analizar la situación y las tendencias de los mercados nacionales y del comercio internacional / Calculate economic, trade and financial indicators to analyse the situation and trends in domestic markets and international trade.</p> <p>CP03 Realizar previsiones de ventas diferenciadas por mercados dentro de un contexto internacional y establecer objetivos acordes con los diagnósticos teniendo en cuenta la coyuntura previsible de cada país / Make market-differentiated sales forecasts within an international context and set targets in line with the diagnostics, taking into account the foreseeable economic situation of each country.</p> <p>CP07 Dirigir planes comerciales internacionales centrados en incrementar el valor de los clientes de la empresa, integrando las nuevas tecnologías en este proceso y teniendo en cuenta las peculiaridades de cada mercado exterior / Manage international commercial plans focused on increasing the value of the company's clients, integrating new technologies in this process and taking into account the peculiarities of each foreign market.</p> <p>CP09 Gestionar planes de comunicación interna y externa que refuercen el posicionamiento de la empresa en los distintos mercados internacionales, seleccionando la mejor forma de que contribuyan a las ventajas competitivas que la misma posee o desea alcanzar / internal and external communication plans that reinforce the positioning of the company in the different international markets, selecting the best way to contribute to the competitive advantages that the company possesses or wishes to achieve.</p> <p>CP10 Evaluar los cambios que puede suponer una estrategia de marketing digital sobre las políticas comerciales, productivas y logísticas a implantar en cada mercado internacional / Evaluate the changes that a digital marketing strategy may entail on the commercial, production and logistics policies to be implemented in each international market</p>

<b>Actividades formativas</b>	<b>Horas totales</b>
F07 – Prácticas Académicas Externas. Desarrollo por parte del alumno de prácticas en empresa. / F07 - External Academic Internships Development by the student of internships in a company.	125
F06 - Elaboración de la memoria de prácticas / Elaboration of the practical report	25
<b>Total</b>	<b>150</b>

<b>Sistemas de evaluación</b>	<b>MÍNIMO</b>	<b>MÁXIMO</b>
E06 - Informes periódicos. Complimentar y entregar al tutor académico una vez al mes un informe periódico que permita valorar el progreso de su inserción laboral. / E06 - Periodic reports. Complete and deliver to the academic tutor once a month a periodic report that allows assessing the progress of their labor integration.	30	30
E07 - Valoración del tutor de la empresa. Informe emitido por el tutor de la empresa donde evalúe el trabajo realizado por el alumno, su desempeño, la madurez de su aprendizaje, la adquisición de competencias y la contribución a los objetivos de la organización. / E07 - Assessment of the company tutor. Report issued by the tutor of the company where he evaluates the work done by the student, his performance, the maturity of his learning, the acquisition of skills and the contribution to the objectives of the organization	50	50
E08 - Memoria de prácticas. A entregar una vez finalizada la práctica, con un contenido que describa la práctica realizada y la empresa en que se hizo, las actividades realizadas, la aplicación de los conocimientos adquiridos en el estudio de la carrera a la realización de la práctica, las habilidades desarrolladas en la realización de la práctica y la valoración personal de la práctica por el alumno. / E08 - Memory of practices. To be delivered once the internship is finished, with a content that describes the internship carried out and the company in which it was carried out, the activities carried out, the application of the knowledge acquired in the study of the career to the realization of the internship, the skills developed in carrying out the practice and the personal assessment of the practice by the student.	20	20
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>