

GRADO EN MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL

PRÁCTICAS EXTERNAS OBLIGATORIAS						
Créditos ECTS:	12					
Carácter	Obligatorio					
Unidad temporal:	2 asignaturas cuatrimestral obligatoria					
SISTEMA DE EVALUACIÓN		PONERACIÓN MIN	PONERACIÓN MAX			
Evaluación del tutor externo		0	30			
Memoria de prácticas		0	70			
DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA						
Asignatura	ECTS	Cuatrimestre	Carácter	Lengua		
Prácticas I	6	8	Obligatorio	Castellano		
Prácticas II	6	8	Obligatorio	Castellano		
COMPETENCIAS						
Básicas y Generales	Transversales		Específicas			
CB2 CG 2,7,11,14	T1,4		CE28			
ACTIVIDADES FORMATIVAS			HORAS	PRESENCIAL		
Sesiones Presenciales Virtuales			9	0		
Tutorías			36	0		
Pruebas de seguimiento y Evaluación final			27	0		
Trabajo autónomo			108	100		
CONTENIDOS DE LAS ASIGNATURAS						
Auditoría de las características y capacidades de los recursos, equipos y estructura comercial de las empresas en las que se realicen prácticas.						
Diseño, desarrollo y evaluación de procesos de un departamento comercial internacional y/o de un departamento de marketing internacional.						

Realización de observaciones guiadas por instrumentos y por criterios previamente establecidos.

Puesta en práctica de estrategias metodológicas que sirvan para definir novedades en términos de proceso de comercialización internacional.

Lecturas críticas sobre sistemáticas y procesos de comercialización en las empresas.

Desarrollo de un pensamiento crítico que posibilite procesos de reflexión (teórico-práctica) y la toma de decisiones sobre situaciones de análisis estratégico, desarrollo y lanzamiento de producto, comercialización y selección de canales, así como de publicidad y comunicación internacional.

Elaboración de una memoria del período de prácticas en la que se refleje la actuación llevada a cabo y el análisis y la valoración crítica de la misma.