

MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Prácticas Externas			
Materia:	Asignaturas Optativas		
Créditos ECTS:	6		
Carácter	Optativo		
Unidad temporal:	1 asignatura en el segundo cuatrimestre.		
SISTEMA DE EVALUACIÓN		PONDERACIÓN MIN	PONDERACIÓN MAX
Evaluación del tutor externo		40%	40%
Memoria de prácticas, tutorizada y corregida		60%	60%
COMPETENCIAS			
Básicas	Generales	Específicas	Transversales
CB6, CB7, CB8, CB9, CB10	CG1, CG2, CG3, CG4, CG5, CG6, CG7, CG8	CE1, CE13, CE15, CE17	CT1, CT2, CT3, CT4
ACTIVIDADES FORMATIVAS		HORAS	% PRESENCIAL
Casos prácticos (estancia en el centro)		126	100
Redacción de la Memoria de Prácticas		36	0
Tutorías		18	0
Total		180	0
CONTENIDOS DE LAS ASIGNATURAS			
<p>Esta segunda optativa tiene como finalidad facilitar la puesta en práctica de los conocimientos adquiridos durante todo el máster, ya que el trabajo en una investigación real será la forma definitiva de aclarar y consolidar las destrezas adquiridas en las diferentes asignaturas.</p> <p>Estas prácticas se desarrollan en la modalidad presencial, mediante la realización de una investigación necesaria en una empresa de investigación, agencia de publicidad o departamentos de comunicación de empresas, entre otros y con la que UNIR haya establecido convenio o acuerdo.</p>			

Durante su desarrollo, el alumno cuenta con un tutor que supervisa el correcto desarrollo de las tareas asignadas y mantiene las pertinentes relaciones con el profesor designado por la UNIR.

Los detalles de las tareas a desarrollar por el alumno serán fijados por el Tutor, con el fin de que el estudiante se especialice en algún área concreta aplicando las competencias adquiridas en el resto de materias.