

Facultad de Comercio y Gestión



Programa de Prácticas Curriculares



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

1.- LA FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN:

La Facultad de Comercio y Gestión constituye la evolución tras los Planes de Bolonia de la tradicional Escuela Univ. Estudios EMPRESARIALES, que a su vez tenía sus orígenes en la Escuela de Comercio de Málaga, cuya historia se remonta a finales del siglo XVIII.

Esta ubicada en edificio de reciente construcción, el COMPLEJO DE ESTUDIOS SOCIALES Y DE COMERCIO, situado en la zona de ampliación el CAMPUS DE TEATINOS.

En la actualidad se imparten 2 Grados y un Máster oficial, y todos ellos cuentan con un Programa de Prácticas Externas. Las titulaciones son:

↳ GRADOS:

- ➔ MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS ([Enlace a plan de estudios](#))
- ➔ GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA ([Enlace a plan de estudios](#))

↳ MÁSTER OFICIAL EN:

- ➔ DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL ([Enlace a plan de estudios](#))



2.- LAS PRÁCTICAS CURRICULARES

- ➔ Hacen referencia a las prácticas que deben realizar los alumnos de la Facultad en empresas o instituciones, académicamente tuteladas e integradas en los planes de estudios de cada Grado o Máster.
- ➔ Las actividades y tareas a desarrollar por los estudiantes deben estar directamente relacionadas con las materias propias del respectivo plan de estudios.
- ➔ Se cursan normalmente en último año de carrera, y los alumnos para poder optar a ellas deben haber superado en los grados un mínimo de 150 créditos ECTS.
- ➔ La duración de la estancia en prácticas es de 300 horas, normalmente estructuradas a media jornada (4 o 5 horas/diarias, lo que implica en torno a 15 o 12 semanas aproximadamente). En el Máster son 150 horas.
- ➔ Preferentemente se realizan en el segundo semestre, a partir de mediados de febrero, aunque pueden plantearse en ocasiones otros periodos,

3.- LAS EMPRESAS E INSTITUCIONES QUE ACOGEN ALUMNOS EN PRÁCTICAS

- ➔ Puede participar cualquier empresa pública o privada que esté legalmente constituida, mediante la firma del Convenio específico entre la entidad y la UMA. El convenio firmado es único y válido para todo tipo de prácticas y titulaciones de la Universidad de Málaga. ([Acceso a la información para la firma del convenio](#))
- ➔ Una vez que una empresa tenga firmado el Convenio, periódicamente, cuando esté interesada en una oferta de prácticas, se tramitará mediante el Anexo III que deberá remitir al Vicedecano de Prácticas de la Facultad. (practicacomercio@uma.es). En este documento se especifican los objetivos, actividades, fechas, horarios y demás características de las prácticas ofertadas.
- ➔ En las prácticas curriculares la remuneración del alumno es voluntaria por parte de la empresa y no existe una relación laboral, sino estrictamente académica. Opcionalmente la empresa podrá abonar al alumno una ayuda o bolsa de estudio.
- ➔ Durante el periodo de prácticas el alumno está cubierto por el seguro escolar.



4.- PROCEDIMIENTO Y GESTIÓN DE LAS PRÁCTICAS

- ➔ Una vez firmado Convenio se remite a la Facultad el Anexo 3 con las características y detalles de la oferta.
- ➔ La Facultad difundirá la oferta y hará una preselección de los alumnos que estén interesados en la oferta y que cumplan con el perfil especificado. Los CV de dichos alumnos se remitirán a la empresa o entidad para que pueda dar su visto bueno o en su caso poder completar la selección entre los candidatos disponibles.
- ➔ Antes de la incorporación del alumno, desde la Facultad se nombrará un tutor académico y se informará a la empresa y el estudiante. El alumno deberá en ese momento cumplimentar y firmar el Anexo II de Aceptación de la oferta y entregar una copia del mismo a cada una de las partes.
- ➔ A la finalización del periodo de prácticas, el tutor en la empresa deberá cumplimentar y enviar un Informe Final sobre la participación del alumno al tutor académico.
- ➔ Tras la finalización de las prácticas curriculares existe la posibilidad de prorrogar el periodo de prácticas, entre 3 y 6 meses, mediante la modalidad de prácticas extracurriculares, que si exigen una remuneración mínima por parte de la empresa que deberá abonar al estudiante.

5.- PERFILES DE ESTUDIANTES: TITULACIONES

👉 GRADO EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

La formación, y por tanto el perfil de estos alumnos se fundamenta en dos pilares básicos el derecho y la economía, y su visión desde la óptica de las administraciones públicas, por lo pueden realizar tareas en el ámbito de la contabilidad, fiscalidad, aspectos legales y la administración en general.

Consideramos que pueden ser de gran utilidad tanto en las propias administraciones públicas como en cualquier empresa o entidad que habitualmente mantenga relaciones con las administraciones, como gestorías administrativas, asesorías, notarías etc.

👉 GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Este Grado se fundamenta en una base de estudio del área empresarial, por lo que se cuenta con conocimientos contables, económicos o de gestión de empresas en general, pero con una fuerte especialización en el área comercial y de marketing , estando por tanto especializados en temas de:

- 👉 Investigación de Mercados
- 👉 Análisis del comportamiento del consumidor
- 👉 Análisis de la Competencia
- 👉 Diseñar estrategias de Productos y Precio
- 👉 Gestionar la comercialización y los canales de distribución
- 👉 Estrategias de publicidad y promoción, tanto en medios tradicionales como en las nuevas tendencias de la comunicación on-line

👉 MÁSTER EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL

Al tratarse de un posgrado, los alumnos de este Máster cuentan ya con una base formativa muy importante, principalmente de carreras como el Grado en Marketing, Administración y Dirección de Empresas o Publicidad y Relaciones Públicas.

La formación específica se centra en dotar a los alumnos de los conocimientos y habilidades necesarias para afrontar con éxito las distintas oportunidades y herramientas que brindan a las nuevas tecnologías al desarrollo del marketing en las empresas. Se estudia desde la gestión general de la estrategia de marketing digital, hasta aspectos tan específicos como el marketing móvil, gestión de marca on line, publicidad digital, el análisis del comportamiento del consumidor en e-commerce, comercio electrónico, etc. Y todo ello además abordando tanto la parte estratégica de marketing, como ofreciendo igualmente conocimientos técnicos específicos para la gestión técnica de dichas herramientas.

En este caso la duración de las prácticas curriculares es de 6 créditos ECTS, aproximadamente 6-7 semanas.



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

Para más información y contacto en:

E-mail: practicacomercio@uma.es

Tlfno.: 951952103



<http://www.uma.es/facultadcomercio/>



[@Grado_Marketing/](https://twitter.com/Grado_Marketing/)



<https://www.facebook.com/GradoMarketing>