

UNIVERSIDAD INTERAMERICANA DE PUERTO RICO
RECINTO _____
ESCUELA DE _____ (Si aplica)
DEPARTAMENTO DE _____
PROGRAMA DE MERCADEO

PRONTUARIO

I. INFORMACIÓN GENERAL:

| | | |
|---------------------------------|---|----------------------------------|
| Título del Curso | : | Práctica Supervisada en Mercadeo |
| Código y Número | : | MKTG 4910 |
| Créditos | : | Tres (3) |
| Término Académico | : | |
| Profesor | : | |
| Lugar y Horas de Oficina | : | |
| Teléfono de la Oficina | : | |
| Correo Electrónico | : | |

II. DESCRIPCIÓN:

Expone al estudiante al desarrollo de destrezas en un ambiente real dentro del campo del mercadeo bajo la supervisión conjunta del docente y el profesional designado por el centro de práctica. Requiere 135 horas de práctica supervisada. Requisitos: Autorización del director del departamento o coordinador del Programa, y haber aprobado 21 créditos en mercadeo.

III. OBJETIVOS:

Se espera que, al finalizar el curso, el estudiante pueda:

1. Integrar en una situación real de trabajo, los conocimientos, las destrezas, técnicas, análisis y procedimientos típicos en la profesión de mercadeo.
2. Manejar la tecnología para el análisis cuantitativo y cualitativo en la solución de problemas.
3. Desarrollar planes relacionados al área de mercadeo.
4. Evidenciar principios éticos y de responsabilidad social en el proceso de toma de decisiones.

IV. CONTENIDO

- A. Evaluación del desempeño del estudiante en diferentes áreas en la disciplina de mercadeo.
- B. Explicación de las normas de la práctica.
- C. Selección del centro de práctica que cumpla con los requisitos establecidos por la Universidad.
- D. Establecimiento del compromiso y responsabilidad del estudiante en su práctica supervisada en términos de días y horas a trabajar.
- E. Discusión de los formularios y evaluaciones utilizadas en su práctica supervisada.
- F. Orientación sobre la preparación del PORTAFOLIO, que contenga todos los documentos requeridos en su centro de práctica y su narrativo de las experiencias por áreas, que el estudiante obtuvo durante su práctica supervisada.
- G. Establecer la importancia de la confidencialidad y el comportamiento ético en el campo de mercadeo.
- H. Dar seguimiento al estudiante de la práctica profesional.

V. ACTIVIDADES:

1. Reuniones con el profesor para discutir dudas y avances de la práctica.
2. Trabajar al menos cinco áreas de Mercadeo bajo el monitoreo del supervisor del Centro de Práctica.
3. Llevar un registro de las horas trabajadas.
4. Llevar un registro de las tareas asignadas con su descripción y evidencias.
5. Preparar un Portafolio siguiendo la guía.

VI. EVALUACIÓN:

La nota final del estudiante se determina utilizando los siguientes criterios:

| | <u>Puntuación% de la Nota Final</u> | |
|--|-------------------------------------|-------------|
| Primera Evaluación del Supervisor del Centro de Práctica | 100 | 35% |
| Segunda Evaluación del Supervisor del Centro de Práctica | 100 | 35% |
| Evaluación del Profesor/ Portafolio | 100 | 30% |
| Total | 300 | 100% |

**El peso mayoritario de la evaluación final debe recaer en el supervisor asignado por el centro de práctica.*

Contenido del portafolio que entregará al profesor para evaluación

1. Información general del centro de práctica.
2. Responsabilidades y deberes asignados por el supervisor inmediato del centro de práctica.
3. Hoja de Asistencia firmada por el supervisor inmediato del centro de práctica y el estudiante.
4. Narrativa del cumplimiento del estudiante de sus deberes y obligaciones desglosadas por competencias dentro del campo de mercadeo, que incluya además la transformación del estudiante profesionalmente como consecuencia de la experiencia de la práctica.
5. El estudiante debe haber intervenido por lo menos en cinco áreas de mercadeo.
6. Evaluaciones (2) realizadas por el supervisor inmediato del centro de práctica, discutidas y firmadas por el estudiante y su supervisor.
7. Anejos y evidencia

VII. NOTAS ESPECIALES

A. **Servicios auxiliares o necesidades especiales**

Todo estudiante que requiera servicios auxiliares o asistencia especial deberá solicitar los mismos al inicio del curso o tan pronto como adquiera conocimiento de que los necesita, a través del registro correspondiente, en _____.

B. Honradez, fraude y plagio

La falta de honradez, el fraude, el plagio y cualquier otro comportamiento inadecuado con relación a la labor académica constituyen infracciones mayores sancionadas por el Reglamento General de Estudiantes. Las infracciones mayores, según dispone el Reglamento General de Estudiantes, pueden tener como consecuencia la suspensión de la Universidad por un tiempo definido mayor de un año o la expulsión permanente de la Universidad, entre otras sanciones.

C. Uso de dispositivos electrónicos

Se desactivarán los teléfonos celulares y cualquier otro dispositivo electrónico que pudiese interrumpir los procesos de enseñanza y aprendizaje o alterar el ambiente conducente a la excelencia académica. Las situaciones apremiantes serán atendidas, según corresponda. Se prohíbe el manejo de dispositivos electrónicos que permitan acceder, almacenar o enviar datos durante evaluaciones o exámenes.

D. Cumplimiento con las disposiciones del Título IX

La Ley de Educación Superior Federal, según enmendada, prohíbe el discrimen por razón de sexo en cualquier actividad académica, educativa, extracurricular, atlética o en cualquier otro programa o empleo, auspiciado o controlado por una institución de educación superior independientemente de que esta se realice dentro o fuera de los predios de la institución, si la institución recibe fondos federales.

Conforme dispone la reglamentación federal vigente, en nuestra unidad académica se ha designado un(a) Coordinador(a) Auxiliar de Título IX que brindará asistencia y orientación con relación a cualquier alegado incidente constitutivo de discrimen por sexo o género, acoso sexual o agresión sexual. Se puede comunicar con el Coordinador(a) Auxiliar al teléfono _____, extensión _____, o al correo electrónico _____.

El Documento Normativo titulado **Normas y Procedimientos para Atender Alegadas Violaciones a las Disposiciones del Título IX** es el documento que contiene las reglas institucionales para canalizar cualquier querrela que se presente basada en este tipo de alegación. Este documento está disponible en el portal de la Universidad Interamericana de Puerto Rico (www.inter.edu).

VIII. RECURSO EDUCATIVO

Experiencia práctica en el área de mercadeo

IX. BIBLIOGRAFÍA

Libros
Revistas
Periódicos
Recursos Audiovisuales
Recursos Electrónicos

American Marketing Association: <http://www.marketingpower.com/>

Revista Mercadeo.Com: <http://www.mercadeo.com/>

Sales and Marketing: <http://www.salesandmarketing.com/>

Rev. 04/2019; 10/2020