



## **PEX-D-MUMCI-00. PERFIL DEL PUESTO DE PRÁCTICAS PARA EL ESTUDIANTE DEL MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING Y COMERCIO INTERNACIONAL**

**(Aprobado por la Comisión de Prácticas Externas de la FEET el 20 de julio de 2017)**

De acuerdo con la Memoria de Modificación del Máster Universitario en Marketing y Comercio Internacional, aprobado por la Agencia Nacional para la Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA), algunas de las tareas que el estudiante del Máster puede realizar durante sus prácticas, y a título orientativo, son:

- Elaborar informes, redactar proyectos de investigación y de gestión de empresas, relacionados con el departamento de marketing.
- Identificar las necesidades de información en la empresa.
- Desarrollar tareas en la empresa vinculadas a la distribución y logística: Identificar, evaluar y tomar decisiones sobre problemas utilizando los conceptos, metodologías y técnicas necesarias para ello.
- Planificar, dirigir y controlar el equipo de ventas de una empresa.
- Desarrollar tareas en el departamento de comunicación.
- Diseñar, implementar y controlar estrategias de comunicación en la empresa.
- Aplicar los conceptos, metodologías y técnicas para el estudio del comportamiento del consumidor.
- Detección de oportunidades de negocio nacional e internacional basadas en la obtención, análisis e interpretación de información primaria y secundaria, además de en la innovación y las nuevas tecnologías.
- Desarrollar tareas de marketing en el ámbito internacional (toma de decisiones sobre si internacionalizar una empresa o no, realizar investigaciones de mercado, aplicar técnicas y modelos de análisis estadístico, identificar fuentes de información, etc.)
- Analizar las posibilidades de financiación y medios de pago existentes a nivel internacional y estimar los posibles riesgos de operar en contextos internacionales.
- Aplicar conocimientos de legislación comercial, fiscal e internacional que afecta a las empresas.

