

PEX-D-MUMED-00. PERFIL DEL PUESTO DE PRÁCTICAS PARA EL ESTUDIANTE DEL MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING Y ESTRATEGIAS DIGITALES.

(Aprobado por la Comisión de Prácticas Externas de la FEET el 9 de octubre de 2026)

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

- Colaborar en la elaboración de informes, diagnósticos y propuestas de mejora relacionados con el marketing, la comunicación y las estrategias digitales.
- Participar en estudios de mercado, análisis de consumidores, clientes, competencia y tendencias del entorno.
- Apoyar la planificación, ejecución y seguimiento de acciones y campañas de marketing, publicidad y comunicación.
- Colaborar en la creación, adaptación y difusión de contenidos y materiales de comunicación para medios físicos y digitales.
- Participar en la gestión y dinamización de redes sociales, comunidades digitales y otras plataformas de comunicación online.
- Apoyar la medición y análisis de resultados de campañas, acciones comerciales y actividad digital mediante indicadores e informes.
- Colaborar en acciones relacionadas con la gestión de marca, la experiencia del cliente, la fidelización y la utilización de herramientas CRM.
- Apoyar tareas vinculadas a la actividad comercial, la distribución y las ventas, tanto en canales físicos como digitales.
- Participar en proyectos relacionados con la aplicación de tecnologías y herramientas digitales al marketing y la toma de decisiones.
- Colaborar con los equipos de trabajo de la entidad en las actividades y proyectos que resulten compatibles con los objetivos formativos del Máster.