



Prácticas profesionales/
Professional practice

Máster en Dirección
Comercial y Marketing
Digital
2021-22



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Prácticas profesionales

Titulación: Master en Dirección Comercial y Marketing Digital

Curso académico: 2021-22

Carácter: Obligatorio

Idioma: español e inglés

Modalidad: Presencial/semi-presencial/a distancia

Créditos: 6

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Dr. D. Jorge Hernando Cuñado, Dr. D. Lisardo de Pedro, D. Víctor Núñez, D. Joan Roca, D. Javier Martín de la Fuente

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

Competencias Básicas

CB6 Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

CB7 Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CB8 Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB9 Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CB10 Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Competencias Generales

CG2.- El alumno debe ser capaz de entender cómo su profesión afecta a otros departamentos de la empresa o institución.

CG3.- El alumno debe dominar las técnicas suficientes que le permitan obtener y analizar información, evaluar su relevancia y validez, sintetizarla y adaptarla al contexto.

CG4.- El alumno debe ser capaz de tratar situaciones complejas e impredecibles de forma sistemática y creativa, con juicio crítico, con información incompleta, asumiendo riesgos, tomando decisiones y comunicándolas a cualquier tipo de audiencia.

CG5.- El alumno debe ser capaz de comunicarse correctamente, en un ámbito profesional, tanto oralmente como por escrito, utilizando la tecnología más actual, expresándose con exactitud y precisión, con la terminología especializada de su sector de actividad.

CG6.- El alumno debe ser capaz de actuar de forma autónoma en la planificación e implementación de proyectos y decisiones.

CG7.- El alumno debe ser capaz de desempeñar diferentes roles dentro de un equipo, en particular el de líder.

CG8.- El alumno debe ser capaz de reconocer la necesidad del cambio en el ámbito de su desempeño profesional, y debe tener la habilidad necesaria para gestionarlo con éxito, logrando los objetivos previstos.

CG9.- El alumno debe ser capaz de actuar de forma autónoma en un marco de libertad responsable, desarrollando las tareas profesionales que se le deleguen, respetando los reportes definidos por la organización.

CG10.- El alumno debe ser capaz de aportar valor a la empresa mediante su creatividad y participación.

CG11.- Capacidad para integrar en la organización y gobierno de la empresa los valores y políticas de igualdad efectiva, especialmente entre mujeres y hombres y atención a la discapacidad.

Competencias Específicas

CE1. Capacidad para comprender y utilizar el comportamiento del consumidor en el diseño de la estrategia comercial.

CE2. Habilidad para interpretar la comunicación verbal, no verbal y digital, en procesos de negociación y venta.

CE3. Capacidad para establecer objetivos, plazos, definir prioridades y controlar la calidad del trabajo de ventas y marketing.

CE4. Capacidad para dirigir y motivar equipos de personas que realizan tareas comerciales y de marketing.

CE5. Capacidad de utilizar herramientas para el desarrollo y crecimiento profesional de los colaboradores y definir acciones para el desarrollo de sus competencias profesionales.

CE6. Habilidad para identificar pautas de comportamiento en el interlocutor de una negociación de ventas, usando las redes sociales y el marketing digital.

CE7. Capacidad para trasladar a los clientes, a través de herramientas de marketing digital, los elementos diferenciales y ventajas competitivas que justifican la adecuación del bien o servicio ofrecido, a la necesidad del consumidor

CE8. Capacidad de ejercer el liderazgo, la toma de decisiones fundamentadas en la ética y la responsabilidad social, y procurar motivación al equipo en la labor de dirección de ventas y en su trabajo en el área del Marketing.

CE9.- Capacidad de dominar y aplicar las nuevas tendencias, oportunidades y prácticas empresariales en el ámbito de la Economía Digital y Comercio Electrónico.

CE10. - Capacidad para analizar, diseñar e integrar tecnologías y modelos de negocio en contextos multidisciplinares como el comercio electrónico, la publicidad digital, las aplicaciones móviles o las redes sociales.

CE11. - Capacidad para diseñar y poner en marcha el Plan Comercial en la empresa/ institución

1.2. Resultados de aprendizaje

La puesta en práctica de todas las competencias adquiridas a lo largo del programa, en las asignaturas 1 a 8.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Haber cursado al menos 4 asignaturas y superado 2

2.2. Descripción de los contenidos

La realización de un periodo de prácticas en empresas tiene también varios objetivos. Por una parte, intenta servir de puente al alumno entre la experiencia vital de un estudiante y la del desempeño de un puesto de trabajo en una empresa. Por otra parte, sirve de campo de experiencia para la aplicación de los conocimientos adquiridos y para observar en la realidad como se desarrolla la aplicación de dichos conocimientos por profesionales de mucha mayor experiencia. El alumno tiene un tutor en la Universidad al cual puede acudir para cualquier resolución o duda de cualquier problema que se plantee. El tutor está en contacto con los responsables de la empresa en la que el alumno desarrolla su periodo de prácticas. A la finalización de dicho periodo, la empresa emite un informe evaluatorio del desempeño del alumno, al mismo tiempo que el alumno tiene que escribir un informe sobre su actividad durante las prácticas. La Universidad dispone de un departamento especializado denominado Departamento de Carreras Profesionales que se responsabiliza de la gestión y administración de las prácticas externas. El tutor del alumno y el coordinador de la titulación están en contacto

constante con el Departamento de Carreras Profesionales para facilitar la realización del periodo de prácticas externas.

The completion of a traineeship in companies also have several objectives. On the one hand, tries to bridge the student between the life experience of a student and the performance of a job in a company. On the other hand, it serves as a field of experience for the application of acquired knowledge and to observe reality as the application of such knowledge by professionals much more experience develops. The student has a tutor at the University which can go to any resolution or doubt of any problem arising. The tutor is in contact with those responsible for the company in which the student develops his traineeship. At the end of that period, the company issues an evaluation report of student performance, while the student has to write a report on their activity during practice. The University has a specialized department called Career Services Department that is responsible for the management and administration of external practices. The guardian of the student and the coordinator of the degree are in constant contact with the Department of Career Services to facilitate the implementation of the period of external practices.

2.3. Actividades formativas

AF1: Clase magistral y fundamentos teóricos: consiste básicamente en la explicación general por parte del profesor responsable y/o sus auxiliares del marco teórico conceptual de cada módulo o materia del Máster, así como también todas aquellas orientaciones conceptuales que deben ser tenidas en cuenta por el estudiante para la consecución de un correcto aprendizaje conforme a lo planificado.

En el Campus Virtual se almacenarán los materiales y lecturas correspondientes. Se incluye como parte esencial de esta enseñanza personalizada, característica de nuestro modelo educativo, la plena disponibilidad del profesor responsable y de los profesores auxiliares que en su caso se empleen para resolver cuestiones puntuales o prestar el asesoramiento académico necesario a través de las clásicas tutorías, tanto individuales como grupales, a solicitud de los estudiantes que lo precisen, si bien en el caso de la modalidad a distancia, las mismas se harán a través del correo electrónico, foros, teleconferencias y videoconferencias, medios todos ellos presentes en nuestra plataforma electrónica como se describe en el apartado correspondiente de esta memoria.

AF2: Explicación técnica para la resolución de casos relacionados con las asignaturas o materias: se trata aquí de una explicación general aplicada al caso en la que el profesor responsable y/o sus auxiliares centran las cuestiones objeto de estudio, discusión, debate o conflicto, orientando la aplicación en la práctica de los conocimientos teóricos con los que el alumno cuenta, bien básicos por su formación previa en el Grado, bien avanzados por su profundización en el postgrado.

AF3: Tutoría: se trata en este caso de la explicación personalizada o en grupos mucho más reducidos tendente a asegurar la adquisición de conocimientos y competencias concretas, la resolución de dudas teóricas o prácticas, la orientación de los enfoques y el seguimiento de los procedimientos empleados por los estudiantes en la asignatura.

Tutorías a distancia:

- Los foros académicos de cada asignatura, en el Campus Virtual, moderados por el profesor, con participación de todos los alumnos, donde se pueden consultar y poner en común dudas de los alumnos y respuestas por parte del profesor, amén de efectuar discusiones sobre los temas de trabajo en cada asignatura.
- El correo electrónico individual o colectivo entre estudiantes y profesor, para aclaraciones, orientaciones y presentación de trabajos, dudas o sugerencias para el mejor aprendizaje.
- La tutoría telefónica o por teleconferencia, tanto individual como en su caso en grupo, en el horario prefijado para cada módulo.
- La tutoría telepresencial por videoconferencia utilizando herramientas tipo SKYPE o ILLUMINATE, implementadas en la Universidad e integradas en las herramientas informáticas de las que dispone el profesorado, que permiten la visualización directa entre profesor y estudiante, la visualización de documentos y la retransmisión de eventos, conferencias, presentaciones y/o sesiones magistrales con intervención bilateral de estudiantes y profesores o invitados.

- Obviamente, el alumno que lo desee y pueda desplazarse, podrá concertar además una tutoría presencial con el profesor correspondiente en el Campus de la Universidad Nebrija o en el lugar que se determine para ello.

Debe considerarse además que siendo un programa fundamentalmente práctico, a través de los medios telemáticos citados, es perfectamente posible la adquisición de las competencias, habilidades y conocimientos mediante la discusión de aspectos específicos de determinados casos prácticos en los foros, en los que los alumnos debaten sobre los mismos, entre sí y/o con el profesor, así como aquellos temas relacionados que el profesor crea conveniente plantear para que el alumno pueda adquirir y asimilar el itinerario formativo propuesto. Y desde luego también dichos medios hacen posible la exposición, individual o en grupo, tanto escrita como oral, de los casos y prácticas mencionados que, tras su evaluación, serán puestos en común con la correspondiente explicación de los pormenores, para asegurar con certeza la plena comprensión por parte de los estudiantes.

AF4: Trabajo individual del estudiante: el trabajo individual es aquella actividad que han de elaborar los alumnos y que han de entregar al término de cada uno de las asignaturas. Los alumnos tendrán que hacer asimismo trabajos breves individuales por indicación del profesor que imparte La asignatura o parte de la misma, basados en casos. Ello implica la adquisición de habilidades y competencias adicionales.

Cabe destacar que los trabajos y casos objeto del esfuerzo individual para el aprendizaje variarán igualmente año tras año y versarán sobre los contenidos de la materia y su aplicación a problemas y ejemplos relacionados con la asignatura. Algunos de ellos se expondrán oralmente a lo largo del curso por parte de los alumnos y muchos de dichos trabajos requerirán el manejo de programas informáticos que estarán disponibles tanto en los ordenadores de la Universidad como a distancia (bases de datos jurídicas o programas de gestión de despachos, por citar un ejemplo). Además, la red Internet cuenta ya con numerosas aplicaciones y materiales disponibles gratuitamente, no sólo en la sede virtual de la Universidad, sino también en otras fuentes accesibles al público. Igualmente, otros esfuerzos personales y colectivos de los estudiantes requerirán un trabajo de investigación sobre los contenidos de la materia o similares y aplicaciones prácticas y teóricas de toda clase, acudiendo para ello a las fuentes disponibles en Red.

Para facilitar el estudio y la realización de los trabajos escritos, el alumno puede acceder, sin horario predeterminado, a los recursos electrónicos de la biblioteca con todos los programas informáticos que cada asignatura precise y que estarán a su disposición en acceso libre.

Debe tenerse pues en cuenta que desde el principio del curso se encontrarán a disposición del estudiante todos los elementos de material didáctico asociados y necesarios a cada uno de Las asignaturas del Programa de este Máster, garantizando con ello la adquisición de los conocimientos, habilidades y competencias descritas en el programa formativo, que podemos resumir en los siguientes:

- 1.- Contenidos teórico-prácticos del Máster, tales como notas técnicas y el programa del mismo, que incluyen bibliografía complementaria de consulta y enlaces web de interés.
- 2.- Resumen escrito o apuntes sobre los conceptos principales.
- 3.- Test de autoevaluación. El alumno podrá repetirlos y ver la puntuación obtenida cuantas veces desee, por más que debe quedar claro que el contenido y resultados de dichos test de autoevaluación no forman parte de la evaluación de la asignatura, aunque si del itinerario formativo.
- 4.- Prueba de conocimientos. De mayor extensión que los test y que tampoco forman parte de la evaluación de la asignatura, aunque si del itinerario formativo.
- 5.- Presentación resumen en Power Point de cada una de las partes de Las asignaturas o materias.
- 6.- Colecciones de problemas y ejercicios que el alumno debe realizar y entregar al profesor por vía telemática y que este corregirá y evaluará.

AF5: Trabajo en grupo del estudiante: el trabajo en grupo es aquella actividad que han de elaborar los alumnos y que han de entregar al término de cada uno de las asignaturas. Los alumnos tendrán que hacer asimismo trabajos breves por indicación del profesor que imparte La asignatura o parte de la misma, basados en casos. Ello implica la adquisición de habilidades y competencias adicionales.

Cabe destacar que los trabajos y casos objeto del esfuerzo para el aprendizaje variarán igualmente año tras año y versarán sobre los contenidos de la materia y su aplicación a problemas y ejemplos relacionados con la asignatura. Algunos de ellos se expondrán oralmente

a lo largo del curso por parte de los alumnos y muchos de dichos trabajos requerirán el manejo de programas informáticos que estarán disponibles tanto en los ordenadores de la Universidad como a distancia (bases de datos jurídicas o programas de gestión de despachos, por citar un ejemplo). Además, la red Internet cuenta ya con numerosas aplicaciones y materiales disponibles gratuitamente, no sólo en la sede virtual de la Universidad, sino también en otras fuentes accesibles al público. Igualmente, otros esfuerzos colectivos de los estudiantes requerirán un trabajo de investigación sobre los contenidos de la materia o similares y aplicaciones prácticas y teóricas de toda clase, acudiendo para ello a las fuentes disponibles en Red.

AF6: Puesta en común de resultados y procedimientos: se trata en este caso de la actividad de puesta en común de los avances efectuados por cada estudiante o equipo, bien por grupos de varios equipos, bien con carácter general para todo el grupo de alumnos que constituya una clase.

Actividades formativas:

Modalidad Presencial:

Actividad formativa	Horas	Porcentaje de presencialidad de la AF
AF1	0	0%
AF2	10	100%
AF3	10	25%
AF4	100	100%
AF5	20	100%
AF6	10	100%

Modalidad Semipresencial:

Actividad formativa	Horas	Porcentaje de presencialidad de la AF
AF1	0	0%
AF2	10	100%
AF3	15	25%
AF4	110	100%
AF5	5	100%
AF6	10	100%

Modalidad a distancia:

Actividad formativa	Horas	Porcentaje de presencialidad de la AF
AF1	0	0%
AF2	10	100%
AF3	20	25%
AF4	100	100%
AF5	10	100%
AF6	10	100%

2.4. Metodologías docentes

METODOLOGÍAS DOCENTES DEL TÍTULO PROPUESTO	
Código	METODOLOGIA DOCENTE
MD1	Método del Caso
MD2	Aprendizaje Cooperativo
MD3	Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)
MD4	Clase magistral

Modalidad presencial: MD2; MD3;

Modalidad semipresencial: MD2; MD3;
Modalidad a distancia: MD2; MD3; MD4

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo: 0 -

- 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria y extraordinaria

Modalidad: Presencial, Semipresencial y A distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Evaluación de la empresa	80%
Evaluación informe alumno	20%

3.3. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

4. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Fernando Checa García
Departamento	Economía y empresa
Titulación académica	Doctor en Informática
Correo electrónico	fcheca@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa.
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Doctor en Informática por la Universidad Pontificia de Salamanca y Licenciado en Filosofía y Letras, especialidad Historia, por la Universidad de Alcalá. Actualmente se encuentra realizando su segunda tesis doctoral en el ámbito del uso del marketing digital por parte de las universidades.</p> <p>Profesor acreditado por ACCUEE en las figura de contratado doctor</p> <p>En su labor profesional ha sido Product Manager en el Departamento de Marketing de Medios de Pago y Gran Consumo de BBVA Finanzia, Director General de Marketalia Internet Group y Director de e-Learning de Global Estrategias (Demos Group). Así mismo, en los últimos 20 años ha sido profesor en la Universidad de Alcalá, la Universidad Pontificia de Salamanca, la Universidad Europea de Madrid, la Universidad Politécnica de Madrid, la Universidad Autónoma de Bucaramanga (Colombia), la Universidad Internacional de la Rioja y la Universidad Europea Miguel de Cervantes. Actualmente también es profesor invitado en la Escuela Superior Politécnica del Litoral (Ecuador).</p> <p>Sus trabajos e investigaciones se enfocan en las áreas de marketing online y los social media, así como en la tecnología e innovación educativa, líneas de investigación en las que ha publicado diferentes artículos y participado como ponente en diversos congresos nacionales e internacionales.</p> <p>Como complemento a su labor como docente y formador, desempeña una parte de su actividad profesional como consultor internacional de empresas en el área de marketing, negocios electrónicos y gestión del conocimiento.</p>
---	---

Nombre y Apellidos	Lisardo de Pedro Navarro
Departamento	Empresa
Titulación académica	Doctor en Ciencias Sociales
Correo electrónico	lpedro@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa. Sala de Profesores
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Doctor en Ciencias Sociales y Jurídicas por la Universidad Rey Juan Carlos I. Licenciado en Gestión Comercial y Marketing por ESIC, Master en Dirección Financiera, y Master Oficial en Gestión Comercial y Marketing.</p> <p>Desarrollo Profesional: 20 años de experiencia en departamentos de marketing, en empresas de gran consumo; Colgate, - como responsable de las marcas NB, cepillos Colgate y enjuague Plax. Ediciones SM, Grupo SOS, siendo su última posición International Marketing Manager en Deoleo. Y habiendo ocupado diferentes posiciones de Marketing Manager. Ocupando siempre posiciones de línea de Producto ha sido responsable de las decisiones de las</p>
---	--

Nombre y Apellidos	Víctor Núñez
Departamento	Administración de empresas
Titulación académica	Doctor y licenciado en Periodismo
Correo electrónico	Victor@schoolmarket.es
Localización	Campus de Princesa. Sala de Profesores
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
	<p>Coordinador en Radio Complutense, redactor y locutor en Europa F.M, Redactor Jefe en los periódicos Menos 20 y Menos 25. Director de Corresponsales en Etnoka.com (primera red social europea de estudiantes fundada en 2000), Agency Manager en Monster España, director Comercial y Marketing en el Grupo Siena.</p> <p>También presidió la Asociación Española de Prensa Gratuita durante un año (2007) pasando a ser su Director General durante cinco años (2008-2013). Actualmente fundador y director general de SchoolMarket, primera agencia en España especializada en marketing educativo. Consejero delegado y fundador de Información Educativa y Gestión S.L, empresa editora del diario digital especializado en información educativa www.exitoeducativo.net.</p> <p>Profesor en los grados de Periodismo y Publicidad en la Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA) donde imparte las asignaturas de Empresa Informativa, Estructura de la Comunicación y Periodismo Escrito II. Además, profesor invitado en el máster de Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción de Eventos; y he impartido clases como profesor invitado en Universidad Pontificia de Salamanca, Universidad Rey Juan Carlos I, Universidad Francisco Vitoria y Universidad Internacional de Andalucía.</p> <p>Ha publicado artículos relacionados con el emprendimiento como "Las redes como catalizadores</p>

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>del germen emprendedor en la educación” en la revista científica Tecnología, Ciencia y Educación (Centro de Estudios Financieros y la Universidad a Distancia de Madrid). También participa, desde 2015 en el Consejo Científico del Congreso Procom de Periodismo Emprendedor de la Universidad Complutense y la Asociación Procom.</p> <p>Ha escrito “Marketing Educativo” (SM, 2017) y coordinado “La Empresa Informativa en la era digital” (CEF, 2015) y “Educación Digital y Cultura de la Innovación (COTEC, 2013); y “La Comunicación y su Estructura en la era digital”, junto al catedrático Fernando Martínez Vallvey.</p>
---	--

	<p>variables del marketing Mix de los productos de su responsabilidad en marcas como Cuétara, Arroz SOS, Carbonell, Koipe, Barco de Vapor. Así como de la elaboración, e implementación de planes de marketing anuales, tanto nacionales como internacionales. 19 años de experiencia docente, vinculado a universidades y escuelas de Negocio, impartiendo asignaturas de Marketing.</p> <p>Profesor de EAE Bussiness School, ESIC, Universidad Europea, desde hace 20 años, tanto en formación como en Trabajos fin de master</p>
--	---

Nombre y Apellidos	Javier Martín de la Fuente
Departamento	Economía y empresa
Titulación académica	Economista y Master en Gestión de Empresas por la UAM
Correo electrónico	jmartinfu@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa.
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Acumula una experiencia de más de 15 años de éxitos desarrollando soluciones que potencian el desarrollo profesional de las personas, consiguiendo aportar valor a las Organizaciones.</p> <p>Después de una etapa en grandes compañías (Comercial Union, Galerías Preciados International Retail, Leche Pascual) donde asume responsabilidades en áreas de Gestión de Personas y de Gestión Comercial, se incorpora al mundo de la Consultoría en 1995. Acumulando, así, una de las experiencias más amplias de nuestro país en áreas como Career Management, Capital Humano, Outplacement o Reindustrialización. Desde entonces, primero como Consultor Senior, luego como Director de Operaciones y desde el 2004 como Director General ha dirigido las operaciones del Grupo Create hasta el 2007.</p> <p>Acumula más de 1.000 horas de experiencia desarrolladas en los últimos 15 años. Ha desarrollado proyectos para importantes compañías, de múltiples sectores empresariales y de diversas funciones, apoyando el desarrollo las habilidades y organización de los equipos de dirección.</p> <p>Experto coach ejecutivo y asesor en la gestión del desarrollo profesional y en el diseño y aplicación de programas de cambio. Socio Fundador de Person'a, miembro del Consejo Asesor de élogos, miembro de Top Ten Recursos Humanos Spain, miembro de la comisión de gestión de personas de la Asociación Española de Directivos, Coach Certificado por la ICF. Mentor Certificado por la IMA. Colaborador habitual de medios de prensa relacionados con los recursos humanos. Co-autor de libros especializados en la gestión de personas, como "Los 10 retos de Silvia" o "Metaplacement" Ponente en jornadas nacionales sobre el desarrollo profesional "Manager Forum" o internacionales.</p>
---	---

Nombre y Apellidos	Joan Roca
Departamento	Economía y empresa
Titulación académica	Licenciado en Psicología Organizacional por la Universitat de Barcelona. Diplomatura en Marketing por la Escuela de Administración de Empresa. Diplomado en Investigación de Mercados por AEDEMEO/ESOMAR
Correo electrónico	joanphotoroca@gmail.com
Localización	Campus de Princesa.
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.

Ha formado parte de los tribunales para TFM en OBS Business School desde 2012. Actualmente, reparte su actividad profesional entre la consultoría de marketing, la fotografía y la docencia. Son 30 años ligados al marketing como jefe de investigación de mercados y director de marketing, entre otros cargos, en Henkel Ibérica, Colgate- Palmolive, Burger King y Eat-Out (Pans & Company, Bocatta, Fresh & Ready, etc.)