



UNO
UNIVERSIDAD DE ORIENTE

LINEAMIENTOS DE PRÁCTICAS PROFESIONALES

Licenciatura en Mercadotecnia.

Introducción

La Misión de la Universidad de Oriente es formar recursos humanos capaces de generar, desarrollar y transformar instituciones y empresas regionales acordes con las necesidades: económicas, sociales, científicas, tecnológicas, ambientales y culturales que conduzcan a un desarrollo sostenido de la Región II.

Dos de las estrategias propuestas para alcanzar la misión son:

- Vinculación estrecha con los sectores: político, social, productivo y cultural contribuyendo así al desarrollo y el bienestar de las personas de la región y del Estado.
- Establecer convenios con otras instituciones de educación superior y centros de investigación, para la integración de redes de conocimiento.

Una forma de implementar esas estrategias son las prácticas profesionales, las cuales constituyen un vínculo de colaboración bidireccional, donde los y las estudiantes ponen en práctica los conocimientos adquiridos en la escuela, aplican la teoría a situaciones reales y también comparten y apoyan la labor de las instituciones donde practican.

Se espera que la realidad en la que se insertan los estudiantes sea un espacio que nutra los procesos de aprendizaje y contribuya a una comprensión holística de las problemáticas y situaciones en las que esté involucrado, de acuerdo a la carrera que estudia. También se espera que a través de las prácticas comiencen a establecer una red social y laboral que les permita ubicarse en puestos estratégicos de empleo en un futuro cercano o inmediato.

PRÁCTICAS PROFESIONALES

Su concepto:

Conjunto de actividades, actitudes, valores y comportamientos inherentes a la formación académica profesional para su aplicación en dependencias que forman parte del aparato social y productivo a nivel regional, nacional e internacional. Esta actividad es un requisito indispensable para los y las estudiantes de la Licenciatura en Mercadotecnia de la Universidad de Oriente hacia la obtención del perfil deseado en la misma.

Objetivo general:

Proporcionar a los y las estudiantes los conocimientos, herramientas y destrezas que solo la experiencia en la práctica real en su área de especialidad puede proporcionar, de manera que ellos(as) visualicen la coincidencia entre la teoría y su aplicación en las dependencias a las que ha sido convocado a colaborar.

- Enriquecer los conceptos aprendidos en la academia con la aplicación de estos mismos en el ámbito de especialidad.
- Brindar al estudiante la posibilidad de observar, reconocer, analizar y planificar métodos y acciones en su ejercicio profesional.
- Formación de valores y actitudes inherentes al ejercicio profesional, como responsabilidad, honestidad, solidaridad profesional, compromiso, puntualidad, entre otros.
- Adquisición de una mayor confianza en cuanto a sus relaciones interpersonales en el marco de una dinámica organizacional específica.
- Realimentación de las competencias laborales que se espera el futuro profesional adquiera al finalizar el plan de estudios.

Características

Las prácticas profesionales de las y los Licenciados en Mercadotecnia se llevarán a cabo en dos periodos. En el primero se desempeñarán básicamente en la asistencia de labores directamente relacionadas al área de mercadotecnia, comercialización y comunicación, este primer período lo cubrirán durante el lapso de tiempo asignado por la coordinación académica en el transcurso del quinto cuatrimestre de la Licenciatura.

En el segundo colaborarán en empresas o instituciones que cuenten con un departamento de Mercadotecnia en forma, labores tales como planeación y ejecución de estrategias tendientes a incrementar el valor percibido de los productos, servicios ó ideas que la organización en cuestión ofrezca a la sociedad serán sus funciones principales. Este segundo período de prácticas profesionales deberá cubrirse durante el lapso de tiempo asignado por la coordinación académica durante el octavo cuatrimestre de la Licenciatura.

Durante este periodo de prácticas cursarán la materia denominada “Seminario de prácticas profesionales I”, en el quinto cuatrimestre y “Seminario de prácticas profesionales II” en el octavo cuatrimestre, las cuales son indispensables aprobar para continuar el cuatrimestre próximo superior.

En caso de que él o la estudiante no acreditarán estas materias, deberá realizar el trámite de baja temporal, para reincorporarse al plan de estudios en el siguiente ciclo de prácticas profesionales. No se omite manifestar que el o la estudiante no podrá retomar ninguna materia del plan de estudios en cuatrimestres superiores, hasta no haber aprobado las materias arriba mencionadas.

Se espera que durante ese periodo adquieran conocimientos, habilidades y actitudes que se requieren para trabajar en el campo laboral del quehacer mercadológico en cualquier tipo de dependencia organización.

Periodo de duración

Las prácticas profesionales de las y los Licenciados en Administración Pública se llevarán por un período de 8 semanas; tiempo que será determinado en cada caso por la Coordinación del Programa Educativo. El estudiante se compromete a cumplir con los requerimientos de la dependencia u organización que así lo soliciten en tiempo y forma

Evaluación

Los criterios de evaluación de las prácticas son:

- Carta de liberación que especifique que ha cumplido, en tiempo y forma, los periodos y actividades programadas para las prácticas. También deberá especificar si durante su estancia mostró los valores que enmarcan la vida Universitaria, como la responsabilidad, honestidad, respeto al medio ambiente, etc.
- Instrumento de evaluación. A través de éste, él o la jefe(a) directo(a) reportará el desempeño en general que el practicante demostró durante la duración de las prácticas.
- Reporte final elaborado por el (la) estudiante en donde Indicará las actividades realizadas durante las prácticas y presentará una reflexión sobre su desempeño y los conocimientos, habilidades y capacidades obtenidas.
- Asistencia y participación en el seminario que se desarrollará durante las horas con docente, incluyendo las actividades que dentro de la materia deban desarrollarse a distancia.

Sanciones

Los estudiantes que realizan prácticas profesionales podrán ser sancionados cuando:

- No acaten las disposiciones y los reglamentos de las empresas, dependencias u organizaciones donde estén practicando.
- No cumplan en tiempo y forma con las actividades programadas para sus prácticas.
- Acumulen 3 faltas injustificadas.
- Se apropien sin permiso de cualquier objeto ajeno o que sea propiedad de la dependencia.
- Plagien información o datos confidenciales del lugar donde practican.
- No muestren respeto por el medio ambiente, la cultura y los valores éticos que destacan a la Universidad de Oriente.
- Realicen actividades de cualquier índole que disminuyan ó lesionen el prestigio y buen nombre de nuestra Universidad.



Según la gravedad de las faltas mencionadas, los estudiantes pueden hacerse acreedores a las siguientes sanciones:

- Amonestación verbal o por escrito por parte del o la titular del Seminario de prácticas profesionales, en su caso de la coordinación e incluso de la dirección académica.
- Suspensión por escrito de la práctica profesional e incorporación del documento respectivo a su expediente con las subsiguientes consecuencias que antes se han explicado.
- Reprobación de la materia “Seminario de prácticas profesionales “o en su caso expulsión de la Universidad.

