



Simuladores de Mercadotecnia

Datos Generales

1. Nombre de la Asignatura Simuladores de Mercadotecnia	2. Nivel de formación Licenciatura	3. Clave de la Asignatura 15322
4. Prerrequisitos Mercadotecnia	5. Área de Formación Especializante Obligatoria	6. Departamento Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales
7. Academia Estrategia de Negocios	8. Modalidad Presencial	9. Tipo de Asignatura Curso-Taller
10. Carga Horaria		
Teoría 40	Práctica 40	Total 80
12. Trayectoria de la asignatura		Créditos 8

Contenido del Programa

13. Presentación
Aplicación del conocimiento de mercadotecnia, finanzas básicas y logística.
Comprender las funciones, destrezas y conocimientos necesarios para desarrollarse como Director de Mercadotecnia.
Participación en el Simulador de Mercadotecnia, durante el Negomarket, cada semestre (del 13 al 18 de noviembre 2023).

14.- Objetivos del programa
Objetivo General
Aplicar los conocimientos adquiridos para desarrollar destrezas, de manera práctica, como Directivo en Mercadotecnia a través de su comprensión mediante simuladores.

15.-Contenido
Contenido temático
UNIDAD I: Responsabilidad Social y la estrategia en los negocios.
UNIDAD II: Análisis Financiero.
UNIDAD III: Simulador de Logística.
UNIDAD IV: Simulador general e integrador de la simulación.

Contenido desarrollado
UNIDAD I – Responsabilidad Social y la estrategia en los negocios.
1.1 Responsabilidad Social Corporativa y ética en los negocios
1.1.1 Teoría de los Stakeholders
1.1.2 Matriz estratégica Stakeholders Análisis de casos
1.2. El plan estratégico y la selección de estrategias
1.3. Resultados, reportes y análisis

UNIDAD II – Análisis Financiero
2.1 El Balance General
2.2 El Estado de Resultados
2.3 Razones Financieras
2.3.1. Utilidad Bruta y Margen de Contribución
2.3.2. Razón de Liquidez y Prueba del ácido
2.3.3. Razón de Apalancamiento

- 2.3.4. Razón de Rentabilidad
- 2.3.5. Otras razones Financieras
- 2.4. Caso práctico de Análisis Financiero
- 2.5. Resultados, reportes y análisis

UNIDAD III - Simulador de Logística

- 3.1. La industria y sus características del mercado
- 3.2. Logística como estrategia competitiva
- 3.3. La demanda y la economía del lote en relación con el Empaque, Envase y Embalaje

UNIDAD IV – Simulador general e Integrador de la simulación

- 4.1. Las funciones y conocimientos del Director de Mercadotecnia
- 4.2. Análisis y toma de decisiones en la dirección de mercadotecnia
- 4.3. Reporte a los accionistas con resultados, análisis y conclusiones de la simulación

16. Actividades Prácticas

Se realizan las siguientes actividades prácticas: Actividad práctica de simuladores. El objetivo es: practicar y dar a conocer los diferentes simuladores. 35 Horas Participación en Eventos Extracurriculares, como Congresos, visitas guiadas a empresas. El objetivo es participar en eventos externos a la clase para enriquecer la currícula académica. Participación en el Simulador de Mercadotecnia, durante la semana del Negomarket, cada semestre.

17.- Metodología

Los métodos analítico, inductivo- deductivo serán utilizados en los estudios de caso.

Se emplearán los métodos exploratorio, descriptivo, analítico y deductivo para el trabajo final. Los recursos didácticos serán: pintarrón, diapositivas, películas, libros de texto, artículos de revistas especializadas y asistencia a conferencias de expertos o eventos académicos.

18.- Evaluación

Se realiza un diagnóstico previo del grupo para ubicar el nivel de los participantes. La evaluación es continua y sumativa, durante el desarrollo del curso. Al final de cada simulación se entregará un reporte de resultados y acciones tomadas. Se deben considerar los porcentajes de los siguientes elementos:

20% Examen de Instrucciones. El objetivo es demostrar el conocimiento y funcionamiento del simulador. Mide el desempeño individual.

10% Reporte y Constancia de Participación en Eventos Extracurriculares. El objetivo es participar en eventos externos a la clase para enriquecer la currícula académica. Mide el desempeño individual.

70% Reporte Final de los Simuladores. El objetivo es explicar las acciones tomadas y los resultados consecuentes en la simulación. Mide el desempeño grupal.

NOTA: Los exámenes se pueden aplicar en formato electrónico (plataforma), cualquier día y a cualquier hora de la semana.

=====
Calendario Ciclo Escolar 2024 A:

Inicio de clases: martes 16 de enero 2024.

Fin de clases presenciales o virtuales: 18 de mayo 2024.

Fin de cursos y fecha límite para registro en ORDINARIO Y EXTRAORDINARIO: del 20 al 23 de mayo 2024 2023.

VACACIONES DE PRIMAVERA: del 24 de marzo al 7 de abril.

DÍAS NO LABORABLES: 5 de febrero, 18 de marzo, 1 y 15 de mayo.

NEGOMARKET: del 6 al 11 de mayo

19.- Bibliografía

Libros / Revistas

Libro: The Marketing Game

Charlotte Mason, William Perre (2001) McGraw Hill No. Ed

ISBN:

Libro: Simulation-Based Case Studies in Logistics

Merkuryev, Y.; Merkuryeva, G.; (2009) Springer-Verlag No. Ed

ISBN:

Otros materiales

Revista: The Competitive Marketing Simulator--A New Managem

Descripción: California Management Review

REVISTA: management science 56(5), 896-902 pp

Descripción: schön, on the optimal product line selection problem whil price discrimination

REVISTA: odels in urban logistics. Ingeniería y Desarrollo

Descripción: Macário, R., & Galelo, A., & Martins, P. (2008).

REVISTA: Universia Business Review, (54), 18-43.

Descripción: Pla-Barber, J., & Villar, C., & Botella, A. (2017). Why has Caixa Ontinyent survived? An analysis of its business model and strategy

REVISTA: Physica

Descripción: Pengdeng LI, the modeling and analysis of the word-of-mouth marketing

REVISTA: Expert sistems with applications

Descripción: Emilio Serrano, Validating viral marketing strategies in twitter via agent based social simuation

REVISTA: Physica A

Descripción: Rui Hou, Customer social network affects marketing strategy: A simulation analysis based on competitive diffusion model

REVISTA: Simulation: Transactions of the Society for Modeli

Descripción: Agostino Bruzzone, Logistics node simulator as an enabler for supply chain development: innovative portainer simulator as the assessment tool for human factors in port cranes

20.- Perfil del profesor

Experiencia en el manejo de simuladores. Conocimiento y manejo de software especializado, que se aplica en la simulación.

Conocimiento teórico de los fundamentos de mercadotecnia aplicados en la simulación. Con estudios a nivel Maestría en ciencias económico administrativas deseable con grado de doctor.

21.- Nombre de los profesores que imparten la materia

Código:

Fregoso Jasso Gabriel Salvador

Código: 9400117

Quintero Gonzalez Abraham

Código: 2963508

Suástegui Ochoa Alberto Alejandro

Código: 2127679

Zapari Romero Gloria Yaneth

Código: 2531704

22.- Lugar y fecha de su aprobación

Zapopan, Jalisco. 11 de enero 2024.

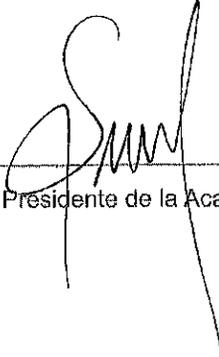
23.- Instancias que aprobaron el programa

Aprobado por Colegio Departamental el 12 de enero 2024.

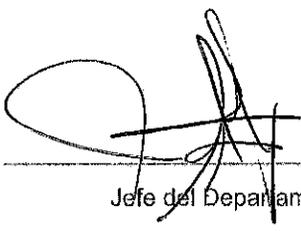
Academia de Estrategia y Consultoría de Mercados

24.- Archivo (Documento Firmado)

[Simuladores de Mercadotecnia.pdf](#)



Presidente de la Academia



Jefe del Departamento



Centro Universitario de
Ciencias Económicas Administrativas
Departamento de Mercadotecnia
y Negocios Internacionales

Imprimir



Pósteres Mte. 799 a un costado de Rectora, Núcleo Universitario los Helios 45100,
Zapopan Jalisco, México
Tel. 37 70 33 00 ext. 25445
www.cuea.udg.mx