



Simuladores de Mercadotecnia

Datos generales

Nombre de la asignatura		Nivel de formación	Clave de la asignatura
Simuladores de Mercadotecnia		Licenciatura	I5322
Prerrequisito		Area de formación	Departamento
Mercadotecnia		Especializante Selectiva	Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales
Academia	Modalidad	Tipo de asignatura	Prerrequisito de % de créditos
Estrategia de Negocios	Presencial	Curso-Taller	0 %

Carga horaria

Teoría Práctica Total Créditos

30 70 100 8

Trayectoria de la asignatura

Contribuye a la formación de profesionistas, con el fin de aplicar los conocimientos teóricos, en áreas prácticas, a fin de desarrollar el crecimiento de las organizaciones, con directivos de alto nivel en un ambiente global y competitivo.

Contenido del programa

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).

Objetivos del programa

Objetivo general

Aplicar los conocimientos adquiridos de mercadotecnia, finanzas básicas y logística, para desarrollar destrezas, de manera práctica, como Directivo en Mercadotecnia a través de su comprensión mediante simuladores.

Los conocimientos, aptitudes, actitudes, valores, capacidades y habilidades que el alumno deberá adquirir con base al desarrollo de la unidad

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 temático

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

1.1.3 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

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.

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.

Evaluación

Evaluación es:

Teoría 30%, dividido en los siguientes conceptos: exámenes 15% , tareas 15%

Práctica 70%, dividido en los siguientes conceptos: 3 simuladores.

Total calificación 100 %

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

=====

Calendario Ciclo Escolar 2026 B

Inicio de clases: 17 de agosto 2026

Fin de clases presenciales o virtuales: 11 de diciembre 2026.

Registro y publicación de evaluación continua ORDINARIO: 11 de diciembre 2026.

Registro y publicación de evaluación continua EXTRAORDINARIO: 16 de diciembre 2026.

Descarga de reporte de calificaciones y entrega al departamento de la materia que corresponde: 16 de diciembre 2026.

VACACIONES DE INVIERNO: lunes 19 de diciembre al 6 de enero 2027.

DÍAS NO LABORABLES:

miércoles 16 de septiembre.

lunes 12 de octubre.

lunes 2 de noviembre

lunes 16 de noviembre

PRUEBA DE APTITUD: sábado 7 de noviembre

NEGOMARKET: del 9 al 13 de noviembre

RIICO: 4 al 6 de noviembre.

Bibliografías

Bibliografía

Libro

The Marketing Game

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

ISBN:

Libro

Simulation-Based Case Studies in Logistics

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

ISBN:

Revista

"Factors of Success in Improving Performance in a Marketing Simulation Game."

Zhang, Stephanie, and Jon Vaver (2025) ECONOMIC COMPUTATION and ECONOMIC CYBERNETICS STUDIES and RESEARCH No. Ed 1

ISBN: 0424-2678X

Otros materiales

Revista: Simulation of Sales Scenarios in Chain Store Marketing with a Futuristic Approach

Descripción: Este artículo examina el método de simulación como una técnica de predicción futura en marketing, analizando su aplicación en escenarios de ventas en cadenas de tiendas

Libro: Testing the Effectiveness of a Marketing Simulation to Improve Course Performance

Descripción: Este estudio introduce el simulador Marketplace Live y compara el rendimiento de los estudiantes en la simulación con su desempeño en el curso, concluyendo que las simulaciones contribuyen al aprendizaje de conceptos de marketing

Revista: The Marketing in a New Era Simulation Game

Descripción: Describe un juego de simulación de marketing que se desarrolló para ser utilizado en la educación agrícola, enfocándose en la toma de decisiones en un entorno simulado

Revista: Simulation-Based Pedagogy for Business Students: A Mellon Foundation Project Report

Descripción: Este artículo discute el uso de simulaciones en la enseñanza del marketing y cómo estas pueden mejorar la experiencia educativa y el aprendizaje práctico

Revista: Using Agent-Based Modeling for Marketing Mix Decisions

Descripción: Analiza un modelo de mezcla de marketing desarrollado mediante modelado basado en agentes para predecir la reacción del mercado ante diferentes distribuciones del presupuesto de marketing

Revista: Marketplace Live: A Marketing Simulation Experience

Descripción: Presenta el uso del simulador Marketplace Live en cursos de conceptos de marketing, destacando su impacto positivo en el rendimiento académico de los estudiantes

Libro: The Role of Simulation in Marketing Education: A Review of Literature

Descripción: Este artículo revisa la literatura sobre el uso de simulaciones en la educación de marketing, discutiendo su efectividad y los beneficios para los estudiantes

Revista: Exploring the Effectiveness of Business Simulations in Enhancing Learning Outcomes

Descripción: Investiga cómo las simulaciones empresariales pueden mejorar los resultados del aprendizaje en cursos relacionados con el marketing

Revista: Developing Effective Marketing Simulations: Best Practices and Insights

Descripción: Proporciona una guía sobre las mejores prácticas para desarrollar simulaciones efectivas que se alineen con los objetivos educativos en marketing.

Revista: Student Engagement and Learning in Marketing Simulations: An Empirical Study

Descripción: Este estudio empírico analiza cómo las simulaciones de marketing afectan el compromiso y el aprendizaje entre los estudiantes.

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.

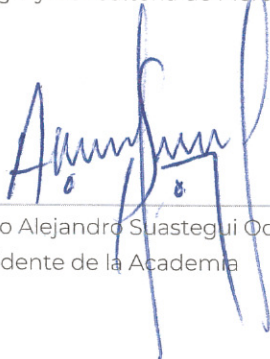
Lugar y fecha de su aprobación

Zapopan, Jalisco. 14 de julio 2026

Instancias que aprobaron el programa

Aprobado por Colegio Departamental el 11 de agosto 2026

Academia de Estrategia y Consultoría de Mercados



Mtro. Alberto Alejandro Suastegui Ochoa
Presidente de la Academia



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



Dr. José Sánchez Gutiérrez
Jefe del Departamento