Simuladores de Mercadotecnia

Datos Generales

1. Nombre de la Asignatura	2. Nivel de formación	3. Clave de la Asignatura
Simuladores de Mercadotecnia	Licenciatura	I5322
4. Prerrequisitos	5. Área de Formación	6. Departamento
Mercadotecnia	Especializante Obligatoria	Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales
7. Academia	8. Modalidad	9. Tipo de Asignatura
Estrategia de Negocios	Presencial	Curso-Taller

10. Carga Horaria

Teoría	Práctica	Total	Créditos
40	40	80	8

12. Trayectoria de la asignatura

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 Steakholders
1.1.2 Matriz estratégica Steakholders 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: pintarron, diapositivas, películas, libros de texto, artículos de revistas especializadas y asistencia a conferencias de expertos o eventos académicos.

18.- Evaluación

Se realiza un diagnostico 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 2023 B:
Inicio de clases: lunes 14 de agosto de 2023.
Fin de clases presenciales o virtuales: jueves 30 de noviembre de 2023.

Fin de cursos y fecha límite para registro en ORDINARIO Y EXTRAORDINARIO: del 01 al 04 de diciembre de 2023.

VACACIONES DE INVIERNO: del sábado 16 de diciembre de 2023, al miércoles 03 de enero de 2024.

DÍAS NO LABORABLES: sábado 16 de septiembre, jueves 12 de octubre, jueves 02 de noviembre y lunes 20 de noviembre de 2023.

NEGOMARKET: del lunes 13 al sábado 18 de noviembre de 2023.
RIICO: del miércoles 08 al sábado 11 de noviembre de 2023.

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 whit 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 simulation

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:

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. 09 de agosto 2023

23.- Instancias que aprobaron el programa

Aprobado por Colegio Departamental el 10 de agosto de 2023
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