

[Regresar...](#)

Simuladores en Mercadotecnia

Datos Generales

1. Nombre de la Asignatura	2. Nivel de formación	3. Clave de la Asignatura	
Simuladores en Mercadotecnia	Licenciatura	I5322	
4. Prerrequisitos	5. Area 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 y logística.
14.- Objetivos del programa
Objetivo General
Aplicar el conocimiento de mercadotecnia mediante simuladores.
15.-Contenido
Contenido temático
UNIDAD I.-Simulador de mercadotecnia
UNIDAD II.-Simulador de Logística
UNIDAD III.-Resultados generales de la simulación
Contenido desarrollado
UNIDAD I - Simulador de mercadotecnia

- 1.1. El mercado y la industria dentro del simulador
- 1.2. Inicialización del simulador
- 1.3. Resultados, reportes y análisis del simulador

UNIDAD II - Simulador de Logística

- 2.1. Industria y sus características dentro del simulador
- 2.2. Inicialización del simulador
- 2.3. Resultados, reportes y análisis del simulador

UNIDAD III - Resultados generales de la simulación

- 3.1. Interpretación y Análisis de las decisiones
- 3.2. Conclusiones en la simulación

16. Actividades Prácticas

Se realizan las siguientes actividades prácticas: Actividad en el Laboratorio del cómputo. El objetivo es practicar y dar a conocer los 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. 5 Horas. Semana del Negomarket del 14 al 18 de Noviembre de 2016

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 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% Exámen 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

Exámenes ordinarios del 07 al 13 de Diciembre de 2016

Exámenes extraordinarios del 14 al 16 de Diciembre 2016

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

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

Borbolla Elizondo Francisco Javier

Código: 9612416

Fregoso Jasso Gabriel Salvador

Código: 9400117

Santana Santos J. de Jesus

Código: 7409389

Suástegui Ochoa Alberto Alejandro

Código: 2127679

Zapari Romero Gloria Yaneth

Código: 2531704

22.- Lugar y fecha de su aprobación

Zapopan, Jalisco. 14 de Julio de 2106

23.- Instancias que aprobaron el programa

Aprobado por Colegio Departamental el 19 de Julio de 2016

Academia de Estrategia y Consultoría de Mercados

24.- Archivo (Documento Firmado)

[acta.minuta.2015.pdf](#)

Imprimir 

[Regresar...](#)