

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Centro Universitario de la Ciénega



Programa de Unidad de Aprendizaje

Nivel en que se ubica la unidad de aprendizaje

LICENCIATURA

Nombre de la Unidad de Aprendizaje

Clave

SIMULADORES DE MERCADOTECNIA

I5322

Pre-requisitos

Tipo de Unidad de Aprendizaje

Carga Horaria Semanal

Créditos

MERCADOTECNIA

- | | | | |
|--|----|------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Curso | C | <input type="checkbox"/> Práctica | P |
| <input checked="" type="checkbox"/> Curso-Taller | CT | <input type="checkbox"/> Seminario | S |
| <input type="checkbox"/> Laboratorio | L | <input type="checkbox"/> Clínica | N |
| <input type="checkbox"/> Curso-Laboratorio | | <input type="checkbox"/> Taller | T |
| CL | | <input type="checkbox"/> Módulo | M |

Teoría:	Práctica:	Total:
40	40	80

8

Co-requisitos

Área de Formación

División

Departamento

Academia

ESPECIALIZANTE
OBLIGATORIA

CIENCIAS ECONÓMICO
ADMINISTRATIVAS

NEGOCIOS

MERCADOTECNIA

Presentación

Aplicación del conocimiento de mercadotecnia y logística, haciendo uso de los nuevos panoramas en el mundo de los negocios y modificaciones de la toma de decisiones mediante simuladores de marketing.

Vinculación con otras Unidades de Aprendizaje

Simuladores de Mercadotecnia se vincula con otras unidades de aprendizaje como: Mercadotecnia, Distribución y Logística, Mercadotecnia Digital, Mercadotecnia Política, Negocios Internacionales y Diferencias Culturales, Taller de Promoción y Publicidad, Producto-Precio, Planeación Estratégica de la Mercadotecnia, Desarrollo de Nuevos Productos, Desarrollo de Emprendedores, Comportamiento del Consumidor, Logística Internacional, Comunicación Intercultural en los Negocios, Investigación de Mercados e Inteligencia Comercial.

Impacto de la Unidad de Aprendizaje en el perfil de egreso

La Unidad de Aprendizaje de Simuladores de Mercadotecnia impacta directamente en el perfil de egreso del Licenciatura en Mercadotecnia ya que contribuye en su capacidad para diseñar, coordinar, implementar y evaluar estrategias de mercadotecnia en empresas, que impulsen a la toma de decisiones adecuadas, a través del uso de simulaciones que asemejan condiciones reales donde se cuenta con condiciones idóneas y acercadas a los problemas del mercado laboral y competitivo. Esta unidad de aprendizaje permite mediante su uso, el estudio y análisis del mercado, el establecimiento de lineamientos para su segmentación, la detección de necesidades, identificación de hábitos, cambios y tendencias en el comportamiento de consumo diseñar estrategias, mismas que impactan a la solución de problemas.

Ámbito de Aplicación Profesional de la Unidad de Aprendizaje

El ámbito de aplicación profesional se centra en cualquier tipo de organización pública o privada con propósito de diseñar, implementar, coordinar y evaluar estrategias de mercadotecnia que impulsen el posicionamiento, la participación del mercado y la competitividad. Buscando siempre el desarrollo y transformación de su entorno con ética y un alto compromiso social dentro del marco de la legalidad, respetando la diversidad cultural y siendo capaz de integrarse en ámbitos de trabajo multidisciplinarios, además de colaborar y aplicar sus conocimientos con la finalidad de generar el bien común.

Competencia Profesional de la Unidad de Aprendizaje

La Unidad de Aprendizaje de Simuladores de Mercadotecnia desarrolla en los estudiantes habilidades y competencias que le permitirán conocer y comprender los conocimientos específicos de la negociación mediante el uso de medios digitales.

Competencias Básicas de la Unidad de Aprendizaje

Conocer el uso e importancia de los simuladores de mercadotecnia a través de una metodología de enseñanza estructurada, utilizando diversas herramientas tecnológicas para la práctica de los mismo, permitiendo obtener soluciones a posibles problemas que se generan en un mercado real. Aprendiendo a implementar estrategias, mejorando la administración de los recursos de la empresa. El alumno tendrá una visión más concreta sobre la solución adecuada y estructurada de los mercados reales, regidos por tendencias, comportamientos y los diferentes factores internos y externos que interfieren en la competitividad actual.

Competencias de Aprendizaje de la Unidad de Aprendizaje

El estudiante de esta unidad de aprendizaje desarrollara habilidades de análisis de mercados, toma de decisiones, identificación y solución de problemas reales. Logrará también identificar oportunidades en los campos donde las empresas deciden incursionar, así mismo desarrollará actitudes que le permitirán fortalecer los conocimientos teóricos y prácticos obtenidos durante su formación académica.

Campos Formativos por Competencias: Conocimientos, aptitudes y destrezas, actitudes y valores

Saber Conocer (Saberes teóricos y procedimentales)

Conocerá los elementos básicos para realizar un proceso de negociación vía internet, mediante herramientas de tecnologías de la información y comunicación.

Mediante el análisis de estrategias de comercio electrónico ya establecidas en el mercado podrá realizar una evaluación crítica para concluir si las líneas de acción son adecuadas para la satisfacción de las necesidades del mercado meta.

Seleccionar las estrategias en base a las características del mercado y/o organización para lograr ventaja competitiva.

Usar plataformas virtuales como Moodle, software de simulación y otras que contribuyan al desarrollo de mercadotecnia electrónica virtual.

Saber Hacer (Saberes prácticos, habilidades)

- Formular ideas.
- Solución de problemas y toma de decisiones
- Desarrollar nuevos conceptos.
- Identificará cómo Internet y sus Plataformas Digitales se configuran para potencializar los procesos de negocios electrónicos
- Pro-actividad y dinamismo.
- Conocerá y utilizará las principales técnicas para mejorar la experiencia del cliente en internet así como las comunicaciones que permitan al estudiante realizar planificación de modelos de negocios.
- Capacidad de investigación.
- Propondrá un modelo de negocio electrónico, considerando los conocimientos adquiridos en la asignatura.

Saber ser (Actitudes y Valores, Ser creativo)

- Desarrolla estrategias y habilidades en el área de los mercados internacionales.
- Obtiene dinamismo y creatividad,
- Desarrolla una actitud colaborativa que le permita trabajar y desarrollarse de una manera integral.
- Se rige por un código de ética que le permita aplicar el proceso de negociación basada en la honestidad y el respeto hacia el mercado.

Saber convivir (Aprender a vivir en sociedad, a vivir con los demás, ser comprensivo y tolerante)

- Comprensión de las principales herramientas que ofrece la simulación de mercadotecnia.
- Responsabilidad y compromiso social, respeto, honestidad y superación.
- Comunicación asertiva a través de herramientas virtuales y trabajo en equipo bajo software especializados que permiten la generación del conocimiento.

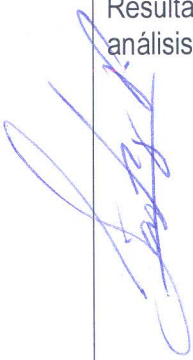
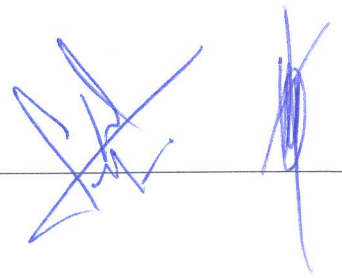
Desglose de Unidades de Competencia o Contenidos

Unidades Temáticas	Desglose en Subtemas	No. de Horas de Clase
Unidad de Competencia Tema 1: Simulador de mercadotecnia	Subtema 1.1. El mercado y la industria dentro del simulador Subtema 1.2. Inicialización del simulador Subtema 1.3. Resultados, reportes y análisis del simulador	4 horas 8 horas 4 horas
Unidad de Competencia Tema 2: Simulador de Logística	Subtema 2.1. Industria y sus características dentro del simulador Subtema 2.2. Inicialización del simulador Subtema 2.3. Resultados, reportes y análisis del simulador	4 horas 8 horas 4 horas
Unidad de Competencia Tema 3: Resultados generales de la simulación	Subtema 3.1. Interpretación y Análisis de las decisiones Subtema 3.2. Conclusiones en la simulación	4 horas 4 horas
<p>ACTIVIDADES PRÁCTICAS</p> <p>Se realizan las siguientes actividades prácticas: Actividad en el Laboratorio del Mercadotecnia y Negocios; 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).</p>		Total: Hrs.: 80

ESTRATEGIAS

TEMAS Y SUBTEMAS	Estrategias de enseñanza del maestro	Estrategias de aprendizaje en aula	Estrategias de aprendizaje extra-aula
TEMA 1 Simulador de mercadotecnia Subtema 1.1: El mercado y la industria dentro del simulador Subtema 1.2: Inicialización del simulador Subtema 1.3: Resultados, reportes y análisis del simulador	<p>Estrategia de enseñanza: El profesor solicita a los alumnos la búsqueda de información en fuentes electrónicas y recursos existentes en biblioteca, solicitando la elaboración de un mapa conceptual.</p> <p>Estrategia de enseñanza: El profesor generará una lluvia de ideas para examinar los conocimientos previos de los alumnos sobre la inicialización de un simulador. Las ideas de los alumnos serán escritas en el pizarrón por el profesor. (Para esta clase es solicitada un aula de computo, donde cada alumno tendrá un equipo a su cargo, mismo que será utilizado para la utilización de un simuladores de mercadotecnia existentes en el CUCienega).</p> <p>Estrategia de enseñanza: El profesor solicita a los alumnos la búsqueda de información en fuentes electrónicas y recursos existentes en bibliotecas, solicitando la elaboración de un reporte el cual responda a las siguientes preguntas: ¿Cuál es la importancia de los resultados, reportes y análisis de un simulador?, ¿Qué aplicación tiene? ¿Qué beneficios y limitaciones tiene el utilizar un simulador?.</p>	<p>Estrategia de Aprendizaje en Aula: El profesor expone el tema mediante la utilización de presentaciones PPT, Prezzi, Powtoon, etc. después de esta actividad se generará una lluvia de ideas para examinar los conocimientos aprendidos de los alumnos sobre "el mercado y la industria dentro del simulador". Las ideas centrales de los alumnos serán escritas en el pizarrón por el profesor.</p> <p>Estrategia de Aprendizaje en Aula: El profesor expone el tema "<i>la iniciación del simulador de mercadotecnia</i>" mediante la utilización de una presentación PPT, después de esta actividad se pide participar aleatoriamente a los alumnos, proporcionando los conocimientos aprendidos. Esta clase se lleva a cabo en el laboratorio de computo donde cada alumno cuenta con un equipo, con el cual practicara en el simulador de mercadotecnia seleccionado.</p> <p>Estrategia de Aprendizaje en Aula: El profesor expondrá mediante la utilización de presentaciones PPT, cuál es la importancia de los resultados, reportes y análisis del simulador, su relación con el mundo real y limitaciones encontradas. Una vez expuesto el tema, el profesor propiciará que los alumnos participen en un foro de discusión, en el cual proporcionen las experiencias obtenidas al utilizar un simulador de mercadotecnia.</p>	<p>Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: El profesor solicita de forma individual la elaboración de un ensayo debidamente estructurado (introducción, desarrollo y conclusión) con el tema central "El mercado y la industria dentro del simulador".</p> <p>Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: El estudiante debe analizar a detalle el simulador de mercadotecnia, utilizará de forma práctica dicho simulador y concluirá elaborando un reporte en su cuaderno de trabajo o de forma impresa sobre las características, beneficios y limitaciones encontradas.</p> <p>Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: El profesor solicita de forma individual la elaboración de un escrito no menor a una cuartilla sobre los resultados, reportes y análisis del simulador utilizado. esta actividad puede ser elaborada en el cuaderno de trabajo o de forma impresa.</p>

TEMA 2 Simulador de Logística	Estrategia de enseñanza: El profesor entrega material previamente analizado, el cual contiene información sobre el tema: Industria y sus características dentro del simulador, se solicita a los alumnos leer cuidadosamente dicho material y se pide elaborar de manera individual un mapa conceptual.	Estrategia de Aprendizaje en Aula: El profesor expone el tema mediante la utilización de una presentación PPT, después de esta actividad se pide a los alumnos asistir a un aula de computo (misma que ya fue solicitada por el profesor) para conocer de forma práctica los simuladores con los que cuenta el área de mercadotecnia del Centro Universitario de la Ciénega.	Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: El profesor solicita de forma individual la elaboración de un reporte, donde se detalle los tipos de simuladores encontrados, su utilización e importancia. esta actividad puede ser elaborada en el cuaderno de trabajo o de forma impresa.
Subtema 2.2 Iniciación del simulador	Estrategia de enseñanza: El profesor generará una lluvia de ideas para examinar los conocimientos previos de los alumnos sobre la inicialización de un simulador. Las ideas de los alumnos serán escritas en el pizarrón por el profesor. (Para esta clase es solicitada un aula de computo, donde cada alumno tendrá un equipo a su cargo, mismo que tiene como propósito la utilización de un simulador de logística existentes en el CUCienega).	Estrategia de Aprendizaje en Aula: Los estudiantes deberán de realizar la lectura y comprensión de la información bibliográfica indicada por el profesor, también profundizaran en la utilización del simulador que se estará trabajando de manera practica en el área de computo del Centro Universitario de la Ciénega. (Para esta clase es solicitada un aula de computo, donde cada alumno tendrá un equipo a su cargo, mismo que tiene como fin la utilización de un simulador de logística existentes en el CUCienega).	Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: El estudiante debe analizar a detalle el simulador de logística o bien la parte del simulador que según corresponda a dicho tema, además utilizara de forma práctica dicho simulador y concluirá elaborando un reporte en su cuaderno de trabajo sobre las características, beneficios y limitaciones encontradas.
Subtema 2.3 Resultados, reportes y análisis del simulador	Estrategia de enseñanza: El profesor entrega material previamente analizado, el cual contiene información sobre resultados, reportes y análisis de la utilización de diferentes simuladores de logística. El alumno debe leer y comprender dichos datos y participar a manera personal sobre dicho tema.	Estrategia de Aprendizaje en Aula: Los alumnos deben de realizar búsquedas en la web, sobre la importancia de los resultados, reportes y análisis de los simuladores de logística, su relación con el mundo real y limitaciones encontradas. Después, el profesor propiciará que los alumnos participen en un foro de discusión, en el cual expresen tanto lo encontrado como las experiencias obtenidas al utilizar un simulador de logística proporcionado por el CUCienega.	Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: El profesor solicita de forma individual la elaboración de un escrito no menor a una cuartilla sobre los resultados, reportes y análisis del simulador de logística utilizado. esta actividad puede ser elaborada en el cuaderno de trabajo o de forma impresa.

<p>Tema 3 Resultados generales de la simulación</p> <p>Subtema 3.1 Interpretación y Análisis de las decisiones</p> <p>Subtema 3.2 Conclusiones en la simulación</p>	<p>Estrategia de enseñanza: A manera de introducción, se explicará a los estudiantes cuál es la importancia de la interpretación y análisis de las decisiones, los parámetros que se deben de utilizar, así como los principales errores que se pueden cometer al indagar en este tema. Se pide a los alumnos expresar su opinión.</p> <p>Estrategia de enseñanza: El docente proporciona a los alumnos recursos electrónicos (presentaciones, lecturas, reportes) sobre la forma correcta de realizar una conclusión de un simulación. El material proporcionado se analiza y se pide a los alumnos comentar sobre el tema.</p>	<p>Estrategia de Aprendizaje en Aula: Se explicará a través de diapositivas la importancia de la interpretación y análisis de las decisiones. Se solicitará a cada estudiante el poner en practica dicho tema con los simuladores utilizados.</p> <p>Estrategia de Aprendizaje en Aula: Se explicará a través de diapositivas la correcta elaboración de una conclusión, los elementos que debe tener y la importancia de la misma. Se solicitará a cada estudiante el poner en practica dicho tema con los simuladores utilizados.</p>	<p>Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: El profesor solicita de forma individual la elaboración de un reporte, donde se detalle la Interpretación y Análisis de las decisiones de los simuladores utilizados. La actividad puede ser elaborada en el cuaderno de trabajo o de forma impresa.</p> <p>Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: El profesor solicita de forma individual la elaboración de una conclusión sobre los simuladores utilizados, dicha conclusión debe comprender los elementos necesarios expuestos en el aula de clases. La actividad puede ser elaborada en el cuaderno de trabajo o de forma impresa.</p>
--	--	---	---

Evaluación		
Productos de Aprendizaje sugeridos	Criterios y/o indicadores de Evaluación	Porcentaje
<p>Tema 1: Simulador de mercadotecnia</p> <p>Subtema 1.1. El mercado y la industria dentro del simulador</p> <p>Subtema 1.2. Inicialización del simulador</p> <p>Subtema 1.3. Resultados, reportes y análisis del simulador</p> <p>Producto1.1: Elaborar un ensayo que cuente con Introducción, desarrollo y conclusión, como mínimo una cuartilla, debidamente referenciado.</p> <p>Producto 1.2: Elaborar un reporte en su cuaderno de trabajo o de forma impresa sobre las características, beneficios y limitaciones</p>	<p>Criterio1.1: El estudiante deberá de acudir a las sesiones para poder desarrollar las actividades Extra Clase que tendrá que entregar al final del tema 1.</p> <p>Indicadores1.1: Integración del ensayo en cuaderno de trabajo.</p> <p>Criterio1.2: El estudiante deberá de acudir a las sesiones para poder desarrollar las actividades Extra Clase que tendrá que entregar al final del tema 1.</p> <p>Indicadores1.2: Integración de reporte en cuaderno de trabajo.</p>	<p>15%</p> <p>10%</p>

<p>encontradas sobre los simuladores de mercadotecnia.</p> <p>Producto 1.3: Elaboración de un escrito no menor a una cuartilla sobre los resultados, reportes y análisis del simulador utilizado.</p>	<p>Criterio1.3: El estudiante deberá de acudir a las sesiones para poder desarrollar las actividades Extra Clase que tendrá que entregar al final del tema 1.</p> <p>Indicadores1.3: Integración de escrito en cuaderno de trabajo.</p>	10%
<p>Tema 2: Simulador de Logística</p> <p>Subtema 2.1. Industria y sus características dentro del simulador</p> <p>Subtema 2.2. Inicialización del simulador</p> <p>Subtema 2.3. Resultados, reportes y análisis del simulador</p> <p>Subtema 2.1 Elaborar un reporte, donde se detalle los tipos de simuladores encontrados, su utilización e importancia. Esta actividad puede ser elaborada en el cuaderno de trabajo o de forma impresa.</p>	<p>Criterio2.1: El estudiante deberá de acudir a las sesiones para poder desarrollar las actividades Extra Clase que tendrá que entregar al final del tema 2.</p> <p>Indicadores2.1: Integración de reporte en cuaderno de trabajo.</p>	15%
<p>Subtema 2.2 Elaborar un reporte en su cuaderno de trabajo sobre las características, beneficios y limitaciones encontradas sobre el simulador de logístico utilizado.</p>	<p>Criterio2.2: El estudiante deberá de acudir a las sesiones para poder desarrollar las actividades Extra Clase que tendrá que entregar al final del tema 2.</p> <p>Indicadores2.2: Integración de reporte en cuaderno de trabajo.</p>	10%
<p>Subtema 2.3 Elaborar de un escrito no menor a una cuartilla sobre los resultados, reportes y análisis del simulador de logística utilizado. Esta actividad puede ser elaborada en el cuaderno de trabajo o de forma impresa.</p>	<p>Criterio2.3: El estudiante deberá de acudir a las sesiones para poder desarrollar las actividades Extra Clase que tendrá que entregar al final del tema 2.</p> <p>Indicadores2.3: Integración de escrito en cuaderno de trabajo.</p>	10%

<p>Tema 3 Resultados generales de la simulación Subtema 3.1. Interpretación y Análisis de las decisiones Subtema 3.2. Conclusiones en la simulación</p>	<p>Criterio3.1: El estudiante deberá de acudir a las sesiones para poder desarrollar las actividades Extra Clase que tendrá que entregar al final del tema 3.</p>	<p>10%</p>
<p>Indicadores3.1: Integración de reporte en cuaderno de trabajo.</p> <p>Subtema 3.1 Interpretación y Análisis de las decisiones Producto: Elaborar de un reporte, donde se detalle la Interpretación y Análisis de las decisiones de los simuladores utilizados. La actividad puede ser elaborada en el cuaderno de trabajo o de forma impresa.</p>	<p>Criterio3.1: El estudiante deberá de acudir a las sesiones para poder desarrollar las actividades Extra Clase que tendrá que entregar al final del tema 3.</p>	<p>10%</p>
<p>Indicadores3.1: Integración de conclusión en cuaderno de trabajo.</p> <p>Tema 3: ... Subtema 3.2. Conclusiones en la simulación. Producto: Elaborar una conclusión sobre los simuladores utilizados, dicha conclusión debe comprender los elementos necesarios expuestos en el aula de clases. La actividad puede ser elaborada en el cuaderno de trabajo o de forma impresa.</p>		
<p>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.</p> <p>Reporte y Constancia de Participación en Eventos Extracurriculares. El objetivo es participar en eventos externos a la clase para enriquecer la currícula académica.</p>		<p>10%</p> <p>SUMA 100%</p>

Fuentes de Información

Básica: Libros / Revistas Libro: The Marketing Game
Charlotte Mason, William Perre (2001) McGraw Hill No. Ed

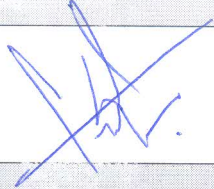
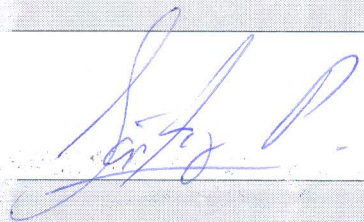

Libro: Simulation-Based Case Studies in Logistics
Merkuryev, Y.; Merkuryeva, G.; (2009) Springer-Verlag No. Ed

Complementaria: Revista: The Competitive Marketing Simulator--A New Managem
Descripción: California Management Review

Perfil Docente Deseable

El docente que imparta la Unidad de Aprendizaje Simuladores de Mercadotecnia deberá de tener la formación de mercadólogo o administrador, además, deberá de

tener habilidades tecnológicas y de investigación, así como tener conocimientos relacionados al comportamiento del consumidor y de los mercados. Es de gran importancia que el docente sea un profesionista que se rija bajo los Principios Éticos del Centro Universitario para que, a través de su comportamiento, motive a sus estudiantes dentro y fuera del aula a desarrollarse como profesionistas comprometidos con su entorno.

Elaborado por	Fecha
Ing. Froid Eloy Mora Isordia 	Ciclo 2018 A
Actualizado por	Fecha
Mtro. Santiago Peña Ruiz 	11 de septiembre 2018
Revisado por	Fecha
Nombre y firma del <i>Presidenta de la academia</i>	
Aurora Abigail Aguirre Zendejas	
Autorizado por Colegio Departamental de	Fecha
Nombre y firma del <i>Presidente del colegio departamental</i>	
Mario Gerardo Reyes Garcidueñas 	

Perfil del Egresado.

Disponible en www.guiadecarreras.udg.mx