

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Grado en Administración y Dirección de Empresas		
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas		
Facultad/Escuela:	Ciencias Jurídicas y Empresariales		
Asignatura:	Modelos Informáticos Aplicados al Marketing y las Finanzas		
Tipo:	Obligatoria	Créditos ECTS:	6
Curso:	4	Código:	7141
Periodo docente:	Séptimo semestre		
Materia:	Empresa		
Módulo:	Herramientas de Gestión Empresarial y Desarrollo Humano		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	150		

Equipo Docente	Correo Electrónico
José Luis Gómez Lega	joseluis.gomez@ufv.es
Alfonso Urquiza Echevarren	a.urquiza.prof@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Aplicación de los conocimientos de marketing y finanzas en la práctica, utilizando herramientas informáticas orientadas a la búsqueda de objetivos para diseñar y desarrollar posibles soluciones concretas a casos y problemas reales.
Definición y aplicación de los distintos métodos de estructuración, valoración, resolución y comprobación de problemas, así como el proceso de toma de decisiones, tanto individuales como grupales
Comprensión de los principios del proceso de simulación y conocimiento de las tecnologías informáticas que lo soportan

Esta asignatura se basa en la modelización de escenarios complejos y casos reales en el ámbito del Marketing y las Finanzas en los negocios, utilizando para ello herramientas informáticas de uso extendido en la gestión empresarial.

OBJETIVO

Como objetivo principal, se persigue que el alumno, al finalizar el curso, habrá conseguido desarrollar habilidades y adquirir conocimientos técnicos avanzados en el uso de herramientas informáticas (Excel,...) básicas para su desempeño en tareas de gestión de procesos de operaciones, comerciales y financieros.

Adicionalmente, el alumno conseguirá:

- a) Comprender la importancia de la digitalización y uso de aplicaciones informáticas para optimizar procesos de gestión.
- b) Consolidar, de forma práctica, mediante la resolución y análisis de casos, sus conocimientos adquiridos en la carrera sobre gestión financiera y de Marketing.

Desarrollo de competencias y habilidades empresariales por medio del desarrollo de casos de estudio, trabajando en equipo, utilizando herramientas informáticas de características avanzadas y de simulación de escenarios, en los que los alumnos deben generar soluciones concretas a problemas reales de tipo organizativo, económico, de marketing, ventas y finanzas.

Se pretende que al finalizar la asignatura de Modelos Informáticos Aplicados al Marketing y las Finanzas, los alumnos hayan alcanzado la capacidad, los conocimientos, y competencias suficientes que les permita tomar decisiones correctas teniendo en cuenta tanto los aspectos económicos, de marketing y éticos implicados en la asignatura. Al mismo tiempo deben de ser capaces de manejar las herramientas y simuladores informáticos puestos a su disposición.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Los correspondientes al Grado de Administración y Dirección de Empresas, y de Marketing.

CONTENIDOS

TEMA 1. Conceptos básicos en el uso de herramientas Informáticas (Excel).

TEMA 2. Toma de decisiones empresariales analizando estados financieros.

1. El proceso de toma de decisiones
2. Particularidades de las decisiones en grupo
3. Resolución de problemas
4. Establecimiento de objetivos
5. Valoración de alternativas y ponderación de los objetivos

TEMA 3. Análisis y resolución de casos en Sistemas de Producción.

TEMA 4. Marketing y Comercialización de Productos industriales.

TEMA 5. Investigación de Mercados y modelos de distribución.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

La asignatura tiene una orientación práctica, de modo que todas las actividades se desarrollan utilizando aplicaciones informáticas habituales en la gestión empresarial (Office,...):

- Presentación del profesor de los casos, herramientas, aplicaciones y funciones a utilizar en cada escenario a resolver.
- Resolución por parte del alumno de los casos y Modelos presentados en el Aula
- Análisis y presentación de resultados obtenidos. Evaluación práctica del profesor.

Todos los casos y modelos de trabajo se realizarán por los alumnos y se evaluarán por el profesor utilizando la plataforma CANVAS de la Universidad.

La metodología de aprendizaje se basa en la aplicación práctica del método del caso, junto con algunas características del aprendizaje invertido, en la que el profesor asume el rol de guía e instructor de los grupos de alumnos, mientras que ellos asumen un rol activo y cooperativo durante toda la clase.

“Las actividades formativas, así como la distribución de los tiempos de trabajo, pueden verse modificadas y adaptadas en función de los distintos escenarios establecidos siguiendo las indicaciones de las autoridades sanitarias”.

Clases Expositivas:

Por parte del profesor se realizará la exposición de los temas incidiendo lo necesario en aquellos conceptos clave para la comprensión de los mismos. Como proceso de aprendizaje el alumno deberá participar activamente.

En este sentido si las circunstancias lo aconsejan la docencia podría ser exclusivamente impartida de forma remota.

Clases presenciales:

Se dará a conocer al alumno el contenido de la asignatura, de acuerdo con el programa de la misma. El profesor expondrá los temas mediante lecciones magistrales y el alumno elaborará los apuntes sobre lo expuesto en relación con el contenido de la asignatura como una actividad de trabajo personal. Los alumnos deberán tener una alta participación en el aula como elemento de aprendizaje.

Clases en remoto:

Como se ha indicado anteriormente en función de recomendaciones sanitarias la universidad podrá optar por este tipo de formación 100% remota a través de los soportes tecnológicos disponibles en la plataforma Canvas.

Las metodologías docentes que se aplicaran serán las previstas en la nueva estrategia formativa de la universidad conocida como "Formar para Transformar". A saber: Flipped Learning, Método del caso, Aprendizaje basado en problemas, Seminarios, Gamificación, Simulación empresarial etc.)

Formación en la resolución de casos prácticos:

-Formación en los modelos y herramientas de gestión empresarial, usando simuladores / herramientas de Ventas, Marketing, Finanzas y RRHH.

-Aplicación de la metodología de gamificación para el desarrollo práctico de casos de estudio, que mediante el uso de herramientas le permitan obtener y verificar los resultados alcanzados.

-Formación para fomentar el trabajo en equipo, entendido como un grupo de personas que comparten, una misión, una visión, un conjunto de metas u objetivos y de expectativas en común.

-Formación para desarrollar la capacidad de gobierno como forma de impulsar a otras personas hacia la consecución de los objetivos y de la propia persona.

A lo largo de esta asignatura, los alumnos harán un recorrido formativo por herramientas y simuladores informáticos de vanguardia.

Gamificación: En función de requerimientos del profesor se podrían utilizar simuladores empresariales soportados en plataforma digital.

"Para asegurar el aprendizaje significativo por parte del alumno, se respetarán escrupulosamente las fechas de entrega de las actividades propuestas, trabajos individuales y grupales".

Tutoría:

Atención individual o en grupo al alumno/os con el objetivo de orientar al alumno/os sobre los elementos que conforman el proceso de aprendizaje. Los horarios de tutorías se especificarán el primer día de clase o también el alumno podrá pedirselo por mail al profesor.

Evaluación:

A lo largo del curso el alumno irá construyendo su evaluación en las distintas competencias que deberá alcanzar. En las pruebas de evaluación de la adquisición de contenidos (exámenes), se podrá evaluar la capacidad de aprendizaje autónomo.

"En el caso de que las recomendaciones de las autoridades sanitarias obliguen a un sistema de docencia en remoto, el procedimiento de evaluación y peso de los distintos factores se mantendrá".

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
60 horas	90 horas
Clases expositivas 10h Análisis y discusión de casos 40h Presentación de resultados de los casos 10h	Trabajo en grupo con herramientas, en el laboratorio de informática. Preparación de casos para la discusión en clase. 60h Trabajo virtual en red 30h

COMPETENCIAS

Competencias básicas

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

Competencias generales

Capacidad para el cumplimiento de objetivos y resolución de problemas.

Habilidad para analizar y buscar información proveniente de fuentes diversas.

Saber aplicar los conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio.

Creatividad y espíritu emprendedor.

Competencias específicas

Desarrollar criterios para la resolución de problemas y la toma de decisiones tanto en el ámbito profesional como en el ámbito personal.

Leer, analizar e interpretar con soltura gráficos, tablas y textos.

Saber manejar herramientas cuantitativas e informáticas para la toma de decisiones.

Ser capaz de aplicar los conocimientos a la práctica.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Analiza y resuelve escenarios en casos de negocio utilizando las funciones más adecuadas a cada uno de ellos.

Aplica de forma correcta las herramientas informáticas para la resolución de modelos propuestos en la gestión financiera, de marketing y operaciones empresariales.

Realiza y analiza casos prácticos, aplicando modelos informáticos mediante el uso de simuladores y herramientas empresariales para el ámbito de Marketing, Ventas, Finanzas y RRHH.

Valida soluciones a problemas complejos con manejo masivo de datos en los modelos propuestos.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

En esta asignatura se aplica un modelo de evaluación continua a lo largo del Curso, tanto para los alumnos que asisten a clase de forma presencial como de forma on-line.

Sistema ordinario de evaluación: se establecen los siguientes criterios y pesos para la evaluación de todos los alumnos:

1. Resolución y presentación en fecha de todos los ejercicios prácticos propuestos por el profesor (40%).
2. Calificación obtenida en el Examen Final (50%). Para aprobar la asignatura en la convocatoria ordinaria, se requiere una nota mínima de 4.5 en este examen.
3. Participación y colaboración del alumno en clase (10%).

Sistema alternativo de evaluación: los alumnos que no asistan a clase con dispensa académica previa reconocida oficialmente por la Dirección del Grado, tendrán el mismo sistema de evaluación anterior, con un peso del Examen final del 60%. No aplica el criterio de participación.

Alumnos repetidores: aplica el sistema y pesos indicados en los párrafos anteriores.

Requisitos mínimos para aprobar la asignatura: En la convocatoria ordinaria, obtener un mínimo de 4.5 en el Examen Final y haber resuelto y subido en Aula Virtual, en plazo, al menos el 60% de los ejercicios propuestos. En la convocatoria extraordinaria, el alumno deberá obtener como mínimo un 5 en el examen de esta convocatoria.

El examen será presencial, utilizando las herramientas y aplicaciones proporcionadas en las Aulas informáticas de la UFV. En el caso de que las recomendaciones sanitarias nos obliguen a volver a un escenario donde la docencia se imparta exclusivamente en remoto, no cambian ni los criterios ni los pesos aplicados. El examen se realizará también de manera presencial, salvo que las circunstancias sanitarias obliguen a otra alternativa y sea necesario realizarlo de modo on line.

En el caso de que sea necesario pedir dispensa por: razones médicas, prácticas o repetir la asignatura y no poder acudir a clase, será necesario comunicárselo al director del grado durante los primeros 15 días de comienzo del curso o 15 días desde que se devengue la situación que da lugar a la petición de la dispensa.

Las conductas de plagio, así como el uso de medios ilegítimos en las pruebas de evaluación, serán sancionados conforme a los establecido en la Normativa de Evaluación y la Normativa de Convivencia de la Universidad.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

Casos ofrecidos en el Aula Virtual por el Profesor de la asignatura.

HAMMOND-KEENEY-RAIFFA, JOHN S. HAMMOND, RALPH L. KEENEY, HOWARD RAIFFA. (2000): "Decisiones inteligentes: Guía práctica para tomar mejores decisiones". Gestión 2000

TOMÁS ALFARO, "Casos de Financiación y Marketing", Instituto de Empresa.

MATHUR, K.; SOLOW, D. (1996): "Investigación de Operaciones. El arte de la toma de decisiones". Prentice Hall. México.

Dr. D. Temiño Aguirre, Ignacio, Dra. Dña. Puebla Sánchez Inmaculada, D. Solá Menendez Francisco, "El Plan de Empresa. La creación de Empresas y el Emprendimiento". Editorial UFV. Año 2014.