Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Grado en Marketing
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas
Facultad/Escuela:	Derecho, Empresa y Gobierno
Asignatura:	Modelos Informáticos Aplicados al Marketing
Tipo:	Obligatoria
Créditos ECTS:	6
Curso:	4
Código:	7639
Periodo docente:	Séptimo semestre
Materia:	Marketing Estratégico
Módulo:	Marketing y Comercial
Tipo de enseñanza:	Presencial
Idioma:	Castellano
Total de horas de dedicación del alumno:	150

Equipo Docente	Correo Electrónico
Aitor González Bengoechea	aitor.gonzalez@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 diferentes soluciones concretas a casos empresariales 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

OBJETIVO

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, 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 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

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

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.

Las metodologías docentes que se aplicarán 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.

Resolución de ejercicios de simulación: El profesor propone la realización de ejercicios prácticos a nivel individual y en grupo. Este modelo ofrece la posibilidad de incidir en lo más importante de cada tema, dominar el tiempo de exposición y presentar una determinada forma de trabajar y estudiar la asignatura.

Trabajo individual y en grupo de simulación: Se planteará trabajos individuales y en equipos sobre determinados enfoques empresariales de simulación, defendiendo el trabajo frente al profesor tanto de forma individual como grupal.

Las clases presenciales. Dichas clases se realizarán trabajando en pequeños grupos, se dividirá la clase en grupos de tres o cuatro personas. También se podrá poner en el campus virtual una relación de problemas/prácticas con el objetivo de que el alumno intente su resolución en presencial o vía en remoto.

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 al alumno con el objetivo de orientar al alumno 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 pedírselo por email 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.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

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 su 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 de pensamiento analítico y sintético aplicado a la toma de decisiones empresariales.

Tener iniciativa, creatividad y espíritu emprendedor.

Capacidad para el cumplimiento de objetivos y resolución de problemas, sabiendo adaptarse y tomar decisiones en todo tipo de situaciones de gestión empresarial.

Habilidad para analizar, buscar y contrastar todo tipo de información, pero, principalmente de empresas y mercaso, proveniente de fuentes diversas.

Competencias específicas

Saber manejar herramientas cuantitativas e informáticas para la toma de decisiones aplicables al marketing y a la realización de presentaciones eficaces.

Ser capaz de aplicar los conocimientos a la práctica.

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Analiza y define casos de estudio empresariales, propón líneas de actuación y define su posterior implementación.

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.

Revisa, analiza y valida los resultados prácticos obtenidos en el caso práctico usando simuladores y herramientas informáticas.

Comprende los principios del proceso de simulación, y de herramientas de gestión empresarial y las distintas tecnologías que lo soportan.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

En esta asignatura se aplica un modelo de evaluación continua a lo largo del curso.

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 y trabajos propuestos por el profesor (30%).
2.Calificación obtenida en el Examen Final (60%). Para aprobar la asignatura en la convocatoria ordinaria, se requiere una nota mínima de 5 en este examen.
3.Participación pertinente en las clases y actividades del aula (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 70%. No aplica el criterio de Participación pertinente en las clases y actividades del aula.

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 5 en el Examen Final.

En la convocatoria extraordinaria, el alumno deberá obtener como mínimo un 5 en el examen de esta convocatoria. Las calificaciones obtenidas a lo largo de la convocatoria ordinaria se mantendrán en la extraordinaria, exceptuando la nota obtenida en el examen. Esto implica que los trabajos que no se entreguen durante la convocatoria ordinaria en las fechas establecidas por el profesor, no podrán presentarse con posterioridad durante la convocatoria extraordinaria.

El examen será presencial, utilizando las herramientas y aplicaciones proporcionadas en las Aulas Informáticas de la UFV.

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.

Las faltas de ortografía se penalizarán en trabajos y exámenes. De aplicarse dicha penalización, el profesor comunicará al alumno la puntuación a descontar por cada falta en las instrucciones y/o enunciados de las pruebas de evaluación.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

John S. Hammond, Ralph L. Keeney, Howard Raiffa. Decisiones inteligentes: guía práctica para tomar mejores decisiones / Barcelona :Gestión 2000,2000.

D. Ignacio Temiño Aguirre, Dña. Inmaculada Puebla Sánchez, D. Francisco Solá Menéndez. El plan de empresa: la creación de empresas y el emprendimiento / Pozuelo de Alarcón (Madrid) :UFV,2014.