

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Grado en Marketing
-------------	--------------------

Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas
-----------------------	-------------------------------

Facultad/Escuela:	Ciencias Jurídicas y Empresariales
-------------------	------------------------------------

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

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 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 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 pedirselo 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.

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.

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

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 mercados, provenientes de fuentes diversas.

Saber aplicar los conocimientos de informática relativos al ámbito del marketing e investigación de mercados.

Competencias específicas

Leer, analizar e interpretar con soltura gráficos, tablas y textos que permitan hacer previsiones de demanda y de ventas adecuadas.

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, 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 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 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 lo establecido en la Normativa de Evaluación y la Normativa de Convivencia de la Universidad.

Las faltas de ortografía podrán penalizar 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

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.

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

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

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

Alfonso Torres, Inmaculada Puebla, Francisco Solá, Raquel Ayestarán. THE CREATION OF A MARKETING PLAN THROUGH SERIOUS GAMING: A JEANS BRAND EXPERIENCE IN THE UFV . ICERI 2018

GAMIFICATION AS AN INTEGRAL TRAINING TOOL. EXPERIENCE OF ENTREPRENEURSHIP THROUGH A SERIOUS GAME IN THE UFV: THE ENERGY DRINK CASE. Inmaculada Puebla , Alfonso Torres , José María Peláez , Raquel Ayestarán CUICIID 2018

I. Puebla, R. Ayestarán. SHARING STUDENT MARKETING COMPETENCES THROUGH GAMIFICATION AND

