

Grado en Marketing e Investigación de Mercados

27650 - Simulación comercial

Guía docente para el curso 2015 - 2016

Curso: , Semestre: , Créditos: 5.0

Información básica

Profesores

- **María Victoria Bordonaba Juste** vbordon@unizar.es
- **Ana María Utrillas Acerete** autrilla@unizar.es

Recomendaciones para cursar esta asignatura

Para realizar la asignatura se recomienda haber cursado la asignatura Introducción al Marketing de primer curso, Introducción a la Investigación de Mercados de segundo curso y las relativas a las cuatro variables de marketing de tercer curso. Además, para un adecuado aprovechamiento de la misma es recomendable asistir regularmente a las clases teóricas y prácticas participando activamente en las mismas.

Actividades y fechas clave de la asignatura

Las clases se iniciarán y finalizarán siguiendo el calendario oficial aprobado por la Universidad de Zaragoza y las fechas fijadas por el Centro en el que se imparte la asignatura. Las fechas clave de la asignatura se fijarán de acuerdo al calendario académico y al horario establecido por el Centro.

La asignatura se estructura en clases teóricas, en las que se explican los aspectos básicos del juego de simulación comercial a desarrollar en las clases prácticas (desarrollo de la estrategia comercial de la empresa, elaboración de informes, presentaciones).

En el bloque sobre evaluación se detallan las actividades de evaluación del aprendizaje programadas para la asignatura. Al comienzo del curso se pondrá a disposición de los alumnos, en el ADD y en el servicio de reprografía del Centro, el programa de la asignatura. En él se recogerá el calendario previsto donde se detallan las fechas clave de las actividades programadas.

Las fechas oficiales de las pruebas globales aparecerán publicadas por el Centro con antelación suficiente para todas las convocatorias.

Recursos Web

Se utilizará el Anillo Digital Docente de la Universidad de Zaragoza <http://add.unizar.es>. Se recuerda a los alumnos que sus claves de acceso al ADD son proporcionadas por la Secretaría del Centro al matriculase.

Inicio

Resultados de aprendizaje que definen la asignatura

El estudiante, para superar esta asignatura, deberá demostrar los siguientes resultados...

1:

- Aplicar los conocimientos de marketing y otras áreas afines obtenidos en las asignaturas previas del grado en un entorno de simulación comercial
- Interpretar datos procedentes de la investigación de mercados en un entorno de simulación comercial
- Tomar decisiones comerciales en condiciones competitivas, con tiempo limitado y comprender sus consecuencias empresariales
- Explicar la aplicación de las estrategias de marketing realizadas en un entorno de simulación comercial
- Desarrollar habilidades de trabajo en grupo como la negociación, la toma de decisiones y la comunicación
- Presentar y defender adecuadamente de forma oral y escrita las actividades realizadas a lo largo del desarrollo de la simulación

Introducción

Breve presentación de la asignatura

La asignatura Simulación Comercial es una materia optativa de 5 ECTS que se imparte en el segundo semestre del cuarto curso del Grado en Marketing en Investigación de Mercados. El objetivo de esta asignatura es poner en práctica los conocimientos adquiridos previamente -sobre todo en asignaturas de marketing- en un juego de simulación comercial, conociendo los resultados y las consecuencias de las decisiones tomadas. Para ello la asignatura se estructura del siguiente modo: presentación del juego de simulación comercial, toma de decisiones comerciales (realización de jugadas), análisis y valoración de la toma de decisiones, realización de informes relativos a la estrategia comercial y presentación del informe final.

Contexto y competencias

Sentido, contexto, relevancia y objetivos generales de la asignatura

La asignatura y sus resultados previstos responden a los siguientes planteamientos y objetivos:

El objetivo fundamental de esta asignatura es situar al alumno en la toma de decisiones comerciales en un entorno de simulación comercial, que supone una representación simplificada de la realidad. En la actualidad es importante que los estudiantes de marketing e investigación de mercados apliquen los conocimientos adquiridos en el grado en una situación que se acerca a la realidad comercial que se podrían encontrar en una empresa real.

Contexto y sentido de la asignatura en la titulación

La asignatura Simulación Comercial es una materia optativa de 5 ECTS que pertenece al módulo de Planificación de Marketing y que se imparte en el segundo semestre del cuarto curso del Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Dicha asignatura ofrece al alumno una formación complementaria en Marketing, como continuación a la formación obtenida en las asignaturas previas de marketing. En esta asignatura el alumno pone en práctica los conocimientos adquiridos previamente en el Grado.

Al superar la asignatura, el estudiante será más competente para...

1:

Competencias Específicas:

- Conocer las estrategias de desarrollo, lanzamiento y posicionamiento de nuevos productos.
- Analizar los canales de distribución de la empresa.
- Analizar la respuesta previsible del cliente ante las diferentes políticas de fijación de precios.
- Analizar y valorar un plan integral de comunicación de marketing.
- Conocer las herramientas cualitativas y cuantitativas de análisis y diagnóstico para marketing.

Competencias Transversales:

- De Conocimiento.
- De Innovación.
- De Gestión del Tiempo.
- Organizativas.
- Comunicativas.
- Compromiso ético y calidad.
- Actitud de respeto a los derechos y valores y no discriminación.

Importancia de los resultados de aprendizaje que se obtienen en la asignatura:

En la actualidad el marketing es un elemento fundamental de la estrategia de las empresas. Por ello, tener un conocimiento del mismo puede ayudar a los futuros graduados a su incorporación en el mercado laboral. Además, la perspectiva eminentemente práctica que supone la aplicación de los conocimientos adquiridos en el grado en un entorno de simulación comercial permite que el estudiante desarrolle habilidades relacionadas con la toma de decisiones en entornos competitivos, la resolución de problemas, la creatividad, la comunicación, y el trabajo en equipo, que son cuestiones fundamentales para cualquier graduado.

Evaluación

Actividades de evaluación

El estudiante deberá demostrar que ha alcanzado los resultados de aprendizaje previstos mediante las siguientes actividades de evaluación

1:

En la **PRIMERA CONVOCATORIA**, se proponen dos sistemas de evaluación:

Evaluación continua: que requiere que el alumno forme parte de un grupo de trabajo. Todos los grupos se formarán en clase la tercera semana del curso, entregándose al profesor una ficha de grupo rellenada con los nombres de todos sus componentes. El número máximo de grupos por entorno de simulación es limitado, por lo que el tamaño de los grupos se comunicará a los alumnos en clase dependiendo del número total de estudiantes.

Actividades de la evaluación continua:

A1.- Prueba escrita inicial (0,75 puntos). Se trata de una prueba individual sobre los aspectos fundamentales del funcionamiento del juego de empresas valorada con una calificación máxima de 0,75 puntos. La fecha prevista para la realización de esta actividad será la tercera o cuarta semana de clase y se concretará en el programa de clase que se publicará en el ADD y en el servicio de reprografía del Centro.

A2.- Participación en actividades prácticas realizadas en clase (1 punto). Se valorará con una calificación máxima de 1 punto la participación individual del alumno en la toma de decisiones en clase realizadas por su grupo y en la elaboración de informes. La calificación se calculará dividiendo el número de actividades en las que ha participado el alumno en clase entre el número de actividades totales. Las fechas previstas de estas actividades prácticas se indicarán en el programa de clase que se publicará en el ADD y en el servicio de reprografía del Centro.

A3.- Elaboración de un informe intermedio (0,5 puntos). Este informe resumirá la estrategia llevada a

cabo por el grupo en la toma de decisiones. Este informe se realizará en clase y se valorará con una calificación máxima de 0,5 puntos. La fecha prevista para esta actividad se indicará en el programa de la asignatura que se publicará en el ADD y en el servicio de reprografía del Centro.

A4.- Posición en el juego (2 puntos). Las posiciones obtenidas por la empresa con la que juega el grupo se valorarán con una calificación máxima de 2 puntos y mínima de 1,2 puntos. Se puntuará la posición de la empresa en la mitad juego del siguiente modo: 1 punto 1^a y 2^a posición; 0,8 puntos 3^a y 4^a posición; y 0,6 puntos a partir de la 5^a posición. Y, se aplicará la misma puntuación para la posición obtenida en la segunda mitad del juego.

A5.- Elaboración y exposición oral del informe final (3,25 puntos). Este informe se realizará en grupo y en él se explicarán las estrategias tomadas por su empresa. La calificación máxima de dicha actividad será de 3,25 puntos, siendo 1,75 puntos la valoración del documento escrito entregado y 1,5 puntos la de la exposición en clase (0,75 la presentación conjunta y 0,75 la presentación individual). La fecha prevista para la realización de esta actividad se indicará en el programa de clase que se publicará en el ADD y en el servicio de reprografía del Centro.

A6.- Prueba escrita (2,5 puntos). Se trata de una prueba individual valorada con una calificación máxima de 2,5 puntos. Dicha prueba versará sobre los aspectos incluidos en la asignatura. Esta prueba se realizará la penúltima o última semana de clase del semestre. La fecha prevista para la realización de esta actividad se indicará en el programa de clase que se publicará en el ADD y en el servicio de reprografía del Centro.

Para que el alumno pueda ser evaluado a través del sistema de evaluación continua es necesario que obtenga al menos las siguientes puntuaciones mínimas en cada una de las siguientes actividades:

A2: puntuación mínima 0,8 puntos

A4: puntuación mínima de 1,2 puntos

A5: puntuación mínima 1,25 puntos

A6: puntuación mínima 0,75 puntos

Además, para superar la asignatura por el sistema de evaluación continua, será necesario que la suma de las calificaciones obtenidas en las seis actividades sea igual o superior a 5 puntos

El incumplimiento de alguna de estas condiciones hará que el alumno deba ser evaluado a través del sistema global.

Aquellos alumnos que no hayan realizado el sistema continuo, que no hayan superado la asignatura por dicho sistema o que quieran mejorar su calificación, podrán realizar la prueba global.

Evaluación Global: consistirá en una prueba escrita diseñada de manera que permita al profesor evaluar la adquisición de los conocimientos teóricos y prácticos de la asignatura, y la obtención de las competencias objeto de la misma. Esta prueba se celebrará según el calendario de exámenes acordado por la Comisión de Docencia. Esta prueba consistirá en la realización de un examen sobre todos los contenidos vistos en la asignatura y constará de dos partes: la primera parte será una serie de preguntas sobre el funcionamiento del juego de simulación comercial y la segunda será la toma de una decisión en un mercado del juego de simulación comercial. La primera parte tendrá una puntuación máxima de 4 puntos y la segunda de 6 puntos. Para superar la asignatura es necesario obtener una puntuación de al menos 2 puntos en cada una de las dos partes, siendo necesario que la suma de ambas sea igual o superior a 5 puntos.

En la **SEGUNDA CONVOCATORIA**, la evaluación se realizará únicamente mediante un examen escrito final de contenido teórico y práctico de 10 puntos. Esta prueba seguirá las mismas características que las establecidas para el sistema global en la primera convocatoria.

CRITERIOS DE VALORACIÓN

Los criterios de valoración se detallan en el apartado anterior en cada sistema de evaluación.

Actividades y recursos

Presentación metodológica general

El proceso de aprendizaje que se ha diseñado para esta asignatura se basa en lo siguiente:

En **clases teóricas**, en las que se explican los aspectos básicos sobre el funcionamiento del entorno de simulación comercial y del desarrollo de las actividades de aprendizaje programadas.

En las **clases prácticas participativas**, donde el alumno toma las decisiones, realiza los informes y expone oralmente el informe final. El material necesario para las clases prácticas se pondrá a disposición del alumno en el ADD y en el servicio de reprografía del Centro.

A través de las **tutorías** se aclararán las dudas que los alumnos puedan tener.

El **trabajo personal**, individual y en grupo, que desarrolle el alumno es el que determina la consecución de los objetivos de aprendizaje establecidos.

Actividades de aprendizaje programadas (Se incluye programa)

El programa que se ofrece al estudiante para ayudarle a lograr los resultados previstos comprende las siguientes actividades...

1:

El programa de la asignatura comprende los siguientes bloques:

- Explicación del manual del juego de simulación comercial
- Presentación del software de la simulación
- Toma de decisiones comerciales (realización de jugadas)
- Análisis y valoración de la toma de decisiones
- Realización de informes relativos a la estrategia comercial
- Presentación del informe final

PROGRAMA:

- Explicación del manual del juego de simulación comercial
- Presentación del software de la simulación
- Toma de decisiones comerciales (realización de jugadas)
- Análisis y valoración de la toma de decisiones
- Realización de informes relativos a la estrategia comercial
- Presentación del informe final

Planificación y calendario

Calendario de sesiones presenciales y presentación de trabajos

En el ADD y en el servicio de reprografía del Centro se pondrá a disposición del alumno el calendario previsto de las clases con las fechas de todas las actividades a realizar. Cualquier modificación de las fechas previstas será comunicada por el profesor responsable a través del ADD.

Referencias bibliográficas de la bibliografía recomendada

- Manual de la asignatura disponible en ADD para el alumnado