

## 1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Simulación Comercial
Titulación	Grado en Marketing
Escuela/ Facultad	Ciencias Económicas, Empresariales y de la Comunicación
Curso	3º
ECTS	6
Carácter	Optativa
Idioma/s	Castellano
Modalidad	Presencial/Online
Semestre	S2
Curso académico	2024/2025
Docente coordinador	Dra. Laura Gómez Cuesta

## 2. PRESENTACIÓN

Se trata de una asignatura eminentemente práctica, en la que el alumno desarrolla los conocimientos adquiridos en otras asignaturas de carácter teórico. De esta forma, se pone en contacto el mundo académico con el mundo empresarial. Los alumnos no sólo tienen un bagaje teórico en el campo del marketing, sino que desarrollan un proceso de toma de decisiones similar al que se utiliza en la empresa. Para ello se utiliza un programa de simulación informática en el que se tiene que tomar un número elevado de decisiones estratégicas y tácticas sobre todas las variables relativas al marketing: precios, inversión publicitaria, plan de medios, distribución física, promociones, etc.

## 3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

### Competencias básicas:

- CB04: Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- CB05: Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

### Competencias transversales:

- CT01: Aprendizaje Autónomo: Habilidad para elegir las estrategias, las herramientas y los momentos que considere más efectivos para aprender y poner en práctica de manera independiente lo que ha aprendido.
- CT02: Autoconfianza: Capacidad para valorar nuestros propios resultados, rendimiento y capacidades con la convicción interna de que somos capaces de hacer las cosas y los retos que se nos plantean.
- CT05: Capacidad para aplicar los conocimientos a la práctica, para utilizar los conocimientos adquiridos en el ámbito académico en situaciones lo más parecidas posibles a la realidad de la profesión para la cual se están formando.

- CT13: Resolución de problemas: Capacidad de encontrar solución a una cuestión confusa o a una situación complicada sin solución predefinida, que dificulte la consecución de un fin.
- CT18: Utilización de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC): Capacidad para utilizar eficazmente las tecnologías de la información y las comunicaciones como herramienta para la búsqueda, procesamiento y almacenamiento de la información, así como para el desarrollo de habilidades comunicativas.

#### Competencias específicas:

- CE04: Capacidad para identificar y evaluar las necesidades de los consumidores, para poder diseñar procedimientos, crear productos y soluciones con los que canalizar la demanda hacia la oferta de las marcas.
- CE08: Capacidad para analizar los argumentos contenidos en los briefings y transformarlos en acciones de marketing
- CE11: Disposición para comprender y aplicar el concepto de "orientación al cliente", como centro de todas las acciones de marketing propuestas.

#### Resultados de aprendizaje:

- RA1: Podrá analizar información y utilizarla para anticipar los resultados y escenarios posibles ante diferentes decisiones.
- RA2: Será capaz de tomar decisiones en materia de marketing, producción y finanzas, apoyadas por el análisis de información procedente del entorno y de la propia empresa.
- RA3: Se encontrará entrenado en aptitudes y habilidades gerenciales.
- RA4: Habrá integrado los conocimientos adquiridos en todas las materias cursadas anteriormente y descubrir las relaciones entre las diferentes áreas de la empresa.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB4, CB5, CT05, CT18, CE04, CE08	RA1
CB4, CB5, CT01, CT02, CT05, CT13, CT18, CE04, CE08, CE11	RA2
CB4, CB5, CT01, CT02, CT05, CT13, CT18, CE04, CE11	RA3
CB4, CB5, CT05	RA4

## 4. CONTENIDOS

- Decisiones sobre producción
- Decisiones sobre precios
- Decisiones sobre comunicación
- Decisiones sobre distribución
- Interpretación de investigaciones de mercados
- Decisiones financieras

## 5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

### MODALIDAD PRESENCIAL

- Entornos de Simulación
- Aprendizaje Cooperativo
- Aprendizaje Basado en Problemas

### MODALIDAD ONLINE

- Entornos de Simulación
- Aprendizaje Cooperativo (ABP)
- Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)

## 6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

### Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Tutorías grupales	10 h
Lecciones magistrales	15 h
Lecciones magistrales asíncronas	5 h
Trabajo autónomo	35 h
Exposiciones orales	10 h
Simulaciones	60 h
Elaboración de informes y escritos	10 h
Pruebas de conocimiento	5 h
<b>TOTAL</b>	<b>150 h</b>

### Modalidad online:

Actividad formativa	Número de horas
Seminario virtual	10 h
Lectura de temas y consulta de recursos complementarios	10 h
Actividades de aplicación individuales: problemas, casos, proyectos	20 h
Tutorías	18 h
Pruebas de conocimiento	2 h

Trabajo autónomo	30 h
Simulaciones	60 h
<b>TOTAL</b>	<b>150 h</b>

## 7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

### Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas de conocimiento	45%
Análisis de casos y resolución de problemas	15%
Proyectos, informes y escritos	20%
Exposiciones orales	20%

### Modalidad online:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas de conocimiento	45%
Análisis de casos y resolución de problemas	15%
Proyectos, informes y escritos	20%
Exposiciones orales	20%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

### 7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una **calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final**, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

### 7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una **calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final**, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

## 8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1	Semana 2-5
Actividad 2	Semana 6-7
Actividad 3	Semana 2-15
Prueba de conocimientos	Semana 16
Toma de decisiones (asistencia y participación)	Semana 17

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

- KOTLER, P., Dirección de Marketing, 12ª, Madrid, Prentice Hall, 2006.
- KERIN, HARTLEY Y RUDELIUS, Marketing “Core”, Madrid, McGraw-Hill, 2006, 2ª Edición.
- STANTON, ETZEL Y WALKER, Fundamentos de Marketing, Madrid, McGraw-Hill, 2007, 14ª Edición.

## 10. UNIDAD DE ATENCIÓN EDUCATIVA Y DIVERSIDAD

Desde la Unidad de Orientación Educativa y Diversidad (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.

2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:  
[orientacioneducativa@universidadeuropea.es](mailto:orientacioneducativa@universidadeuropea.es)

## **11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN**

¡Tú opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.