



DISEÑO DE UN SIMULADOR PARA LA ENSEÑANZA DE LA MERCADOTECNIA CON APLICACIONES PRÁCTICAS EN LAS PYMES

Área de investigación: Educación en contaduría, administración e informática

Álvaro Enrique Lima Vargas

Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán
Universidad Nacional Autónoma de México
México
alvarolima60@yahoo.com

Iván Miguel García López

Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán
Universidad Nacional Autónoma de México
México
ivanmiguelgarcialopez@gmail.com

Ignacio Rivera Cruz

Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán
Universidad Nacional Autónoma de México
México
igrivera.cruz@hotmail.com

XXII
CONGRESO INTERNACIONAL DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN
E INFORMÁTICA

DISEÑO DE UN SIMULADOR PARA LA ENSEÑANZA DE LA MERCADOTECNIA CON APLICACIONES PRÁCTICAS EN LAS PYMES



Resumen

El nuevo modelo educativo centrado en competencias rompe paradigmas y beneficia la construcción del propio conocimiento por parte del estudiante, lo que permitirá no sólo resolver ejercicios tipo, sino tener competencias (conocimientos, habilidades, actitudes y valores) para cualquier momento en el cual se tenga que enfrentar a la solución de situaciones reales. La introducción de las TICs en los sistemas educativos expone la necesidad de los nuevos roles de docentes y estudiantes, los cuales al integrar las nuevas herramientas pueden adquirir mayor autonomía y responsabilidad en el proceso educativo. También, obliga al docente a modificar el rol clásico. La principal estrategia empleada en la educación basada en competencias es el aprendizaje basado en problemas (ABP), ya que favorece la transferencia de los conocimientos, de los procedimientos y permite la aplicación de las actitudes en la solución de problemas reales. Cabe mencionar que, que la mayor parte de las teorías económico administrativas prestan mayor atención al comportamiento de las grandes empresas, sin embargo las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES), tiene un papel importante en la economía de cada país.

El objetivo de este trabajo es desarrollar una estrategia didáctica basada en competencias, utilizando como herramientas a las TIC's, dicha estrategia tiene como función apoyar al docente a desarrollar las competencias de los estudiantes, mejorando su enseñanza y aprendizaje de los conceptos fundamentales de la mercadotecnia mediante un sistema interactivo estudiante-docente el cual contenga elementos teóricos de mercadotecnia y un simulador de negocios Pyme teniendo como base la características económicas de la sociedad Mexicana.

Se desarrollo un programa mediante el uso de la programación JAVA, el programa se divide en 2 fases.

La primera fase “Cuestionario Interactivo” permite al docente realizar altas y bajas de alumnos, evaluación individuales a los alumnos de los conceptos fundamentales de mercadotecnia, mediante 3 cuestionarios interactivos y generar equipos.

La segunda fase “Aplicación Interactiva” el alumno tiene como objetivo el desarrollar una Pyme exitosa por equipos de no mas de 3 estudiantes desde 0, con una restricción de capital, el capital otorgado para cada alumno dependerá de los resultados obtenidos en la fase 1 y es calculado de manera automática. En esta fase integran los conocimiento de mercadotecnia adquiridos



previamente para seleccionar un producto, local, determinar un precio, y realizar las promociones, así mismo los estudiantes competirán en la misma población, afectando las decisiones de sus compañeros el desarrollo la Pyme que se desarrolla.



Finalmente se logro el objetivo de desarrollar una estrategia didáctica basada en competencias utilizando como herramienta las TIC's, para dar apoyo a los docentes y generar competencias en los estudiantes Las pruebas preliminares del programa tanto en la parte de cuestionario como en la parte de la simulación de negocios resultaron positivas, teniendo un sistema funcional, mayormente en la parte de evaluación del cuestionario en la cual el docente puede ver de manera individual los rendimiento de los estudiantes.

Palabras clave. Mercadotecnia, Competencias, ABP, TICs, Simulador de negocios, PYMES.

