

Simulador de Marketing

Field of study:
Marketing



Dates:

Winter courses:

Option 1: 15 January 2024 - 19 January 2024

Option 2: 22 January 2024 - 26 January 2024

Summer courses:

Option 1: 01 July 2024 - 05 July 2024

Option 2: 08 July 2024 - 12 July 2024

Language of instruction: Spanish 🇪🇸

Duration: 1 week (30 hours)

Cost: 900€ (single payment)

Campus: ESIC University (Madrid)

Aimed at: National and international university



Learning objectives

- Saber manejar el mix de marketing orientado a resultados de ventas.
- Saber manejar las ventas de manera óptima para la mejora de la cuota de mercado en volumen y valor.
- Saber gestionar los costes y el beneficio de una empresa desde la perspectiva del marketing.
- Saber gestionar el ROMI
- Saber interpretar la información de mercado con habilidad analítica y holística.
- Saber tomar decisiones de marketing rápidas y eficaces.



Course content

- Manejo del simulador
- Variables críticas y decisión cero
- Análisis de marketing financiero
- Extraer información valiosa del mercado
- Decisión 1 a 5
- Toma de decisiones en entornos Vuca: decisiones 6, 7 y 8
- Preparación de feedback grupal desvelando las estrategias y aprendizajes



Methodology

El aprendizaje con simulador consiste en la toma de decisiones consecutivas siguiendo un loop de aprendizaje constante. En equipos de trabajo multidisciplinares, se trabaja en la comprensión de un mercado y se planifica la estrategia de desempeño del producto en el mercado. A partir de ahí se van tomando decisiones que implican un tramo simulado de 1 año de respuesta de mercado. De esta manera, cada equipo asume el rol de una empresa y el conjunto de equipos son las empresas que compiten en el mismo mercado. Cada decisión necesita de un trabajo analítico sobre el mercado (saber qué está pasando) y un trabajo estratégico de proyección para el año siguiente (definir qué queremos que pase). Tras cada decisión, el mercado entero recibe un informe de mercado detallado que va marcando la pauta de comportamiento de cada empresa. Se realizan un total de entre 7 y 8 decisiones, lo que equivale al manejo de un mercado durante 7 u 8 años. Al final del proceso, cada empresa comparte sus estrategias, decisiones y resultados multiplicando así el valor del feedback recibido.