

SEMINARIO ELECTIVO/OPTATIVO EN INGLÉS

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA: BUSINESS SIMULATION

RÉGIMEN DE CURSADO: Cuatrimestral

MODALIDAD DE CURSADO: Seminario Electivo/Optativo Presencial con videoconferencias realizadas bajo la misma modalidad en Alemania.

DOCENTES A RESPONSABLES DEL DICTADO: ANDRÉS, MARÍA FERNANDA

DESTINATARIOS: Alumnos de grado avanzados (40%) y alumnos de grado de otras unidades académicas. **El dictado será en idioma inglés**, por lo tanto los alumnos deberán acreditar conocimiento del idioma con el nivel B1 según las directrices del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas.

INICIO: Primer cuatrimestre del año 2016.

PROPUESTA DE ENSEÑANZA

Esta propuesta innovadora, que consolida una actividad extracurricular que se ha desarrollado entre la FCE y la Universidad de Ciencias Aplicadas de Karlsruhe en el año 2014, se desarrolla a manera de espejo entre Alemania y Argentina, compartiendo programas, bibliografía, estilos de dictado y evaluación. Los participantes del curso lideran una empresa en un mercado simulado. Los alumnos responsables del análisis, planificación y decisiones de marketing de la misma. Se hace énfasis también en el manejo contable, la planificación de la producción y la estrategia. Otros contenidos incluyen contabilidad de gestión y el ingreso a mercados internacionales.

El verdadero desafío del curso es ofrecer la mayor parte de los módulos y el apoyo a través de videoconferencias con Alemania en idioma inglés. Además de la aplicación de conocimientos de gestión, los estudiantes desarrollan habilidades de toma de decisiones y sobre procesos de cooperación entre diferentes culturas. Asimismo, los grupos compiten entre sí, procurando el mejor proyecto. El equipo ganador, en función de su éxito económico y el futuro de sus empresas, recibe el "Premio Marca Global Student" de la Universidad de Ciencias Aplicadas de Karlsruhe.

CARGA HORARIA

La carga horaria del cuatrimestre es de 70 horas, dividida en 40 horas de clases teórico-prácticas, y 30 horas fuera de las aulas destinadas a la lectura de la bibliografía y a la realización de las actividades de evaluación.

OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

El objetivo fundamental de este curso es la integración las diferentes áreas de administración de empresas, al exigir al estudiante analizar y tomar decisiones estratégicas y operativas en el entorno de una simulación de gestión de procesos virtual.

Un segundo objetivo es intercalar el uso de las tecnologías en la toma de decisiones, siempre que sea posible, haciendo que el estudiante utilice la computadora para resolver problemas de negocios.

Un tercer objetivo es proporcionar un entorno en el que el estudiante puede adquirir experiencia en el trabajo y competir con otros grupos.

En particular que el alumno pueda:

- Desarrollar competencias en la planificación estratégica de un negocio.
- Profundizar la comprensión de la relación entre las áreas funcionales de una empresa.
- Aumentar el conocimiento sobre toma de decisiones de gestión relativas a estas áreas funcionales.

- Desarrollar la capacidad de comprender la organización de la empresa como un sistema que consta de funciones interrelacionadas.
- Aplicar los conocimientos teóricos en la solución de los problemas de la empresa.
- Aprender sobre la resolución de problemas y aplicar técnicas de análisis de casos.
- Interpretar los hechos de la competencia y del mercado.
- Diseñar estrategias de organización y desarrollar alternativas de solución a los problemas del mercado.
- Desarrollar habilidades interpersonales mediante la interacción con un equipo en un entorno organizacional.

PROGRAMA ANALÍTICO

- Contenido de bloque 1. Introducción a la metodología de simulación y los contenidos relevantes de la materia.
- Contenido de bloque 2. Metodología y funcionamiento operativo del programa.
- Contenido de bloque 3. Análisis de resultados de la simulación.
- Contenido de bloque 4. Toma de decisión y negociación.
- Contenido de bloque 5. Áreas funcionales: compras, recursos humanos, producción.
- Contenido de bloque 6. Áreas funcionales: marketing, finanzas, logística.

BIBLIOGRAFÍA

- Aaker, D.A. (2012). Win the brand relevance battle and then build competitor barriers. *California Management Review*, Vol. 54, No. 2, pp. 43–57.
- Carliner, S. (2009). Maybe ROI Really Is a Waste of Time. *Training*, 46(6), 8.
- Dranikoff, L., Koller, T., & Schneider, A. (2002). Divestiture: Strategy's missing link. *Harvard Business Review*, 80(5), 75-83.
- Fidler, J. (2012). LinkedIn profile shines light on the professional you. *Pennsylvania CPA Journal*, 83(1), 1-4.
- Frankforter, S. A., & Christensen, S. L. (2005). Finding Competitive Advantage in Self-Managed Work Teams. *Business Forum*, 27(1), 20-24.
- Johnson, M. W., Christensen, C. M., & Kagermann, H. (2008). Reinventing your business model. *Harvard Business Review*, 86(12), 50-59.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2007). Using the balanced scorecard as a strategic management system. *Harvard Business Review*, 85(7/8), 150-161.
- Kauffeld, S. (2006). Self-directed work groups and team competence. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 1 79, 1-21. (Document ID: 1021573931).
- Mankins, M. C., & Steele, R. (2005). Turning great strategy into great performance. *Harvard Business Review*, 83(7/8), 64-72.
- Neilson, G. L., Martin, K. L., & Powers, E. (2008). The secrets to successful strategy execution. *Harvard Business Review*, 86(6), 60-70.
- Parisi, D. (2011). Why Business Simulations Work and How They Are Building More Agile Organizations. *People & Strategy*, 34(2), 4-5.
- Peters, T. (1997). The Brand Called You. Fast Company. <http://www.fastcompany.com/magazine/10/brandyou.html>
- Porter, M. E. (1996). What is strategy? *Harvard Business Review*, 74(6), 61-78.
- Sethi, R., Iqbal, Z., & Sethi, A. (2012). Developing New-to-the-Firm Products: The Role of Micropolitical Strategies. *Journal of Marketing*, 76(2), 99-115.
- Zook, C., & Allen, J. (2011). The Great Repeatable Business Model. *Harvard Business Review*, 89(11), 106-114.

CRONOGRAMA

La Asignatura se dicta en el primer cuatrimestre del año académico en la sede de la Facultad de Ciencias Económicas y el cursado se distribuye a lo largo de 13 clases. Se propone la siguiente programación de actividades:

Clase 01:	Introducir la Simulación. Establecer misiones del equipo
Clase 02:	Revisión de las decisiones de compras, RRHH, producción.
Clase 03:	Revisión de las decisiones de logística, marketing, finanzas.
Clase 04:	Prueba de conocimiento de la simulación. Redacción de la Estrategia inicial de la empresa.
Clase 05:	Decisiones año 1.
Clase 06:	Decisiones año 2.
Clase 07:	Decisiones año 3. Decisiones año 4.
Clase 08:	Decisiones año 5. Decisiones año 6.
Clase 09:	Decisiones año 7. Decisiones año 8.
Clase 10:	Decisiones año 9. Decisiones año 10.
Clase 11:	Decisiones año 11. Decisiones año 12.
Clase 12:	Análisis de los Resultados finales Preparación de la auditoría – informe final.
Clase 13:	Presentación de resultados y del informe final.

METODOLOGÍA DE DICTADO

La metodología es esencialmente activa y participativa, centrada en el alumno, el cual debe asumir un rol protagónico durante toda la asignatura. Una simulación empresarial diseñada para la formación y la capacitación de los administradores pone a los participantes en la situación de tener que interpretar y decidir en el ámbito de la empresa desde una posición de conducción, y esto obliga a los estudiantes a revisar todo lo que saben, y lo que "saben hacer", y tomar decisiones, desde el papel que pasan a representar de Gerentes generales y su equipo más inmediato.

La asignatura se desarrolla en inglés a través de clases presenciales, vide-conferencias con estudiantes y profesores de Alemania y el uso de plataformas Web. En el desarrollo de la Simulación de Gestión de Negocios virtual se aplican métodos de análisis, planificación y construcción de decisiones que se discutirán en grupos pequeños de estudiantes. La actividad de simulación se desarrolla a través de Video-Conferencia con la participación de estudiantes y profesores argentinos y alemanes. La primer parte de la asignatura consistirá en clases teórico-prácticas. Luego, cada grupo analizará y simulará los procesos de planificación. Los grupos contarán con la ayuda de un profesor y un asistente de laboratorio. Los estudiantes se interiorizarán en las áreas de toma de decisiones de las empresas mediante ejercicios y módulos de enseñanza. Cada semana, los participantes van a recibir distintos escenarios, ejercicios y reportes detallados de la empresa simulada.

SISTEMA DE EVALUACIÓN, CONDICIONES DE REGULARIDAD Y RÉGIMEN DE PROMOCIÓN

Para la promoción de este seminario los alumnos deberán realizar y aprobar el trabajo de simulación desarrollado en equipos.

PROFESORES A CARGO

DOCENTE A RESPONSABLES DEL DICTADO: ANDRÉS, MARÍA FERNANDA

DOCENTE COLABORADORES: Echavarría, Verónica

ASISTENTE DE LABORATORIO: Cozzi, Marcela

DOCENTES ALEMANIA: Prof. Reinhold Köning y Prof. André Wölfle

CUPOS: UNL: 10

FCE: 20

DÍA Y HORARIO DE CURSADO: JUEVES 9hs