

Assignatura
SIMULACIÓ DE GESTIÓ

Curs	Cicle	Quadrimestre	Codi de l'assignatura
1999-2000	2on	octubre-gener	22318

Grup

01	Ricard Jornet/ Teresa Obis	51	Ricard Jornet/ Eduardo Jiménez
----	----------------------------	----	--------------------------------

DESCRIPTOR DE L'ASSIGNATURA

Utilització del model "MARKSTRAT", que gira entorn de decisions de màrqueting mitjançant una anàlisi d'estats financers i estudiant les decisions preses a la llum de la teoria i dels conceptes estudiats en altres assignatures.

PROGRAMA

Objectius

Es tracta d'un joc d'empresa que gira fonamentalment en torn a decisions de Marketing i Direcció d'empreses (investigació de mercat, política de preus, publicitat, posicionament, segmentació i constitució de la cartera de productes) tot estudiant la repercussió d'aquestes decisions mitjançant un anàlisi dels estats comptables i financers. Es constitueixen grups d'estudiants i cada un d'ells gestiona una empresa fictícia. Les empreses entren en competència en un mateix mercat i en funció de les decisions que pren cada grup es configuren les posicions, participacions i resultats econòmico-financer de les mateixes. Al final es fa un estudi dels resultats obtinguts i s'analitzen les decisions preses a la llum de la teoria i els conceptes que s'han estudiat en d'altres assignatures de la carrera. En aquest sentit, seria convenient que els alumnes haguessin cursat les assignatures de Direcció Estratègica i Política d'Empresa i de Direcció Comercial. D'altra banda l'assistència a classe es considera obligatòria, ja que l'assignatura té una avaluació continuada.

Continguts

1. Formació grups de treball, descripció general del model MARKSTRAT. Entrega d'informació inicial i comentari de les lectures obligatòries.

2. Decisions de prova per familiaritzar-se amb el joc.
3. Presa de les decisions, 1 a la 4/5.
4. Anàlisi comparatiu entre les diverses empreses.
5. Presa de les decisions, 5/6 a la 9/10.
6. Presentació oral i escrita del treball realitzat.
7. Anàlisi comparatiu de les estratègies seguides per els diferents grups i conclusions.

Criteris d'avaluació

Resultats obtinguts pel grup en el procés de simulació.
Informe final del grup sobre estratègia i resultats de la seva empresa.
Proves individuals sobre el manual del Markstrat i el procés de simulació.

Bibliografia

Markstrat-2. Manual del Participante. Publicació Interna

Larréché, J. C. y Gatignon, M.: *Markstrat-2, Marketing, Strategy Simulation*, The Scientific Press, 1990

Lambin, J.J., *Marketing Estratégico*, McGraw-Hill, 1991, 2ª ed. Madrid.

Kotler, P., *Dirección de Marketing*, Prentice Hall, 1992, 7ª ed.

Grant, R. H, *Dirección Estratégica*, Editorial Civitas, 1996

TUTORIES

Professors	Tutories	Despatx	Telèfon
Jiménez, E.	Dv. de 10.30 a 11.30 h	B1-132	93 5812271
Jornet, R.	Dj. de 15.30 a 16.30 h	B1-001C	93 5813155
Obis, T.	Dc i dv de 10.30 a 12.00 h	B1-132	93 5812271