

Assignatura

SIMULACIÓ DE GESTIÓ (Jocs d'empreses)

Curs	Cicle	Quadrimestre
1996-97	2on	octubre-gener

PROGRAMA

Professors	Tutories
T.Obis / N. Filimon	Dilluns de 16.00 a 17.30 h
E. Genescà	Dimarts de 10.20 a 11.50 h

Objectius

Es tracta d'un joc d'empresa que gira fonamentalment en torn a decisions de Marketing i direcció general (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 econòmic-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.

Continguts

1. Formació grups de treball, descripció general del model markops. 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 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 Markops i el procés simulació.

BIBLIOGRAFIA

Markops, "Guia de Software", Strat*X

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

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