

Assignatura
SIMULACIÓ DE GESTIÓ

Curs	Cicle	Quadrimestre	Codi de l'assignatura
2006-2007	2on	octubre-gener	22318

Grup

01	Teresa Obis / Ricard Jornet	51	Eduardo Jiménez / Ricard Jornet
13	Teresa Obis / 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 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. 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 dins del grup en el que s'està matriculat (i no se acceptaran posteriors canvis de grup), 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, de la 1 a la 9/10.
4. Presentació oral i escrita del treball realitzat.
5. Anàlisi comparatiu de les estratègies seguides per els diferents grups i conclusions.

Criteris d'avaluació

- Resultats obtinguts pel grup en el procés de simulació (40% de la nota).
 - Més de dos faltes de assistència no justificades o tres faltes justificades suposen perdre un 50% de la nota obtinguda pel grup en la simulació.
 - Més de cinc faltes implica la perduda del 100%.
- Informe final del grup sobre estratègia i resultats de la seva empresa (20%).
- Proves individuals sobre:
 - Manual del Markstrat (20%), i
 - Procés de Simulació (20%).

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.	Dj. de 14.30 a 15 y de 20.30 a 21h	B1-134	93 5814416
Jornet, R.	Dj de 12 a 12.30 y de 17.15 a 17.45h	B1-134	93 5814416
Obis, T.	Oct-Gen: Dimecres de 14 a 15 i de 17.45 a 18.15h i Dijous de 12 a 13h. Feb-Maig: Dimarts de 13.15 a 14.15h Dimecres de 14 a 15 i de 17.45 a 18.15h Contactar prèviament per email: Teresa.Obis@uab.es	B1-132	93 5812271