
Plan Docente

M4.063 - Business Game II

dic 22 mar 23

Créditos: 3.0

Profesorado responsable de la asignatura David Roman Coy, Enric Serradell López y Raquel Ferreras Garcia

Profesorado colaborador David Roman Coy

Índice

Presentación

Descripción

La asignatura en el conjunto del plan de estudios

Campos profesionales en que se proyecta

Conocimientos previos

Objetivos y competencias

Contenidos

Recursos

Consulta de los recursos de aprendizaje de la UOC para la asignatura

Información adicional sobre los recursos de aprendizaje y herramientas de apoyo

Información adicional sobre la bibliografía y fuentes de información

Metodología

Evaluación

Informaciones sobre la evaluación en la UOC

Consulta del modelo de evaluación

Evaluación continua

Evaluación final

Feedback

Fechas clave

Presentación

Descripción

Business Game II es una asignatura obligatoria de 3 créditos, que consiste en una simulación de negocios basada en una empresa de electrónica de consumo, en la que evolución y desarrollo se basa en el área de marketing. Para ello utilizamos Markstrat, un simulador reconocido y de alto prestigio en el mundo de las escuelas de negocios. La utilización de los simuladores de negocios pretende alcanzar niveles de realismo de gran calidad, al recrear situaciones complejas críticas en un entorno de toma de decisiones de la alta dirección. Esta asignatura está relacionada con ODS, objetivos de Desarrollo Sostenible. En concreto con la ODS 4 "Educación de Calidad" y ODS 12: "Producción y consumo responsable".

La asignatura en el conjunto del plan de estudios

Esta asignatura forma parte del programa del Master Universitario en Dirección Ejecutiva de Empresas-MBA. Los simuladores representan una metodología que permite consolidar conocimientos adquiridos durante el MBA y poner en práctica, en un formato distinto, aquellos conocimientos y habilidades relacionadas con el área de desarrollo, Marketing en esta ocasión, y las habilidades de gestión del tiempo y trabajo en equipo, además de la visualización de la curva de aprendizaje del participante frente a una situación novedosa, como es el desempeño de la función de dirección de marketing en un entorno nuevo. La alta competitividad del módulo favorece la participación activa y el "engagement" de los alumnos del programa, que buscan mejorar el rendimiento de su empresa y participación de mercado en un entorno que permite aprender con los resultados obtenidos de las acciones realizadas, al poder ver rápidamente los resultados conseguidos por las decisiones propias en el momento de cruzarlas con la del resto de empresas competidoras..

Campos profesionales en que se proyecta

La utilización de los Business Game en programas de dirección permite trabajar procesos de curva de aprendizaje en nuevos sectores y la capacidad de los participantes de detectar los puntos clave del negocio para centrarse en ellos, comprendiendo y analizando el resultado de sus acciones propias y la de los competidores, básica en profesionales que gestionan organizaciones.

Markstrat, la simulación que vamos a utilizar, desarrolla y afianza conceptos técnicos de marketing y sus repercusiones en el rendimiento de la organización, así como potencia habilidades de trabajo en equipo, organización de empresa, analíticas y de implementación estratégicas, así como nuestra capacidad para afrontar nuevos retos, obteniendo información sobre nuestra habilidad y curva de aprendizaje individual frente a una nueva situación..

Conocimientos previos

La simulación se basa en lo aprendido en el módulo de Dirección de Marketing, así como en asignaturas relacionadas con estrategia y gestión de proyectos y equipos de trabajo.

Objetivos y competencias

CT1 - Comunicarse de manera efectiva en un entorno profesional global.

CT2 - Adoptar y promover actitudes y comportamientos por parte de los miembros de una organización en consonancia con una práctica profesional ética y responsable.

CT3 - Aportar valor a las organizaciones utilizando las TIC de forma avanzada.

CT5 - Liderar y dirigir equipos de trabajo y/o proyectos en entornos complejos, dinámicos y globales.

CE4 -

Analizar y

evaluar el funcionamiento de las distintas áreas funcionales de las empresas

CE5 -
Evaluar información económica y financiera relevante para la toma de decisiones

CE6 -
Elaborar informes ejecutivos para el análisis y toma de decisiones de situaciones de negocio.

CE7 -
Generar e implementar estrategias globales competitivas y sostenibles

Contenidos

La simulación Markstrat permite potenciar las habilidades de los participantes en cuanto al análisis de situaciones de negocio, la generación de estrategias y su posterior implantación táctica, mejorando periodo a periodo su experiencia con los aspectos básicos de la simulación y consiguiendo un elevado conocimiento del sistema y una oportunidad de ver, en un entorno controlado, las reacciones de los mercados a las decisiones de las organizaciones, además de buscar la mejora continuada del rendimiento del grupo frente a sus rivales.

Recursos

Consulta de los recursos de aprendizaje de la UOC para la asignatura

Material	Soporte
----------	---------

Video 2. El mundo Markstrat	Audiovisual
Video 4. Decisiones Markstrat y gestión del presupuesto asignado	Audiovisual
Video 6. Estudios de I+D en Markstrat	Audiovisual
Video 1. El reto Markstrat	Audiovisual
Video 3. La gestión de la empresa Markstrat	Audiovisual
Video 7. Comenzando Markstrat. Conocimiento del software básico	Audiovisual
Presentación asignatura	Audiovisual
Video 5. Posicionamiento en Markstrat	Audiovisual

Información adicional sobre los recursos de aprendizaje y herramientas de apoyo

Tenéis a vuestra disposición diferentes recursos de aprendizaje escogidos para apoyar las fases de recogida de información y toma de decisiones. Los encontraréis disponibles en el espacio de recursos. También disponéis de una serie de videos que recogen los elementos esenciales de la simulación.

Información adicional sobre la bibliografía y fuentes de información

Tenéis a vuestra disposición diferentes recursos relacionando con la generación de modelos de negocios. A este nivel y teniendo en cuenta el recorrido del programa estamos seguros de que ya los conocéis. En todo caso recomendamos su visualización y utilización, en su caso.

Metodología

La metodología utilizada es el aula basada en la actividad. Está estructurada en los siguientes retos:

- 1.- Analizando y desarrollando el mercado Markstrat
- 2.- Haciendo crecer la empresa y consolidando resultados

Las tipologías de actividad son amplias, ya que es necesario el trabajo en equipo, los cuales concurrirán en un mercado competitivo generado por la simulación. El trabajo en equipo se concreta en las tomas de decisiones de la simulación y en la entrega de los informes correspondientes.

Al mismo tiempo están programadas diversas sesiones sincrónicas con el fin de presentar y consolidar cada una de las fases de la simulación.

Evaluación

Informaciones sobre la evaluación en la UOC

El proceso de evaluación se fundamenta en el trabajo personal de cada estudiante y presupone la autenticidad de la autoría y la originalidad de los ejercicios realizados.

La falta de autenticidad en la autoría o de originalidad de las pruebas de evaluación; la copia o el plagio; el intento fraudulento de obtener un resultado académico mejor; la colaboración, el encubrimiento o el favorecimiento de la copia, o la utilización de material o dispositivos no autorizados durante la evaluación, entre otras, son conductas irregulares que pueden tener consecuencias académicas y disciplinarias graves.

Por un lado, si se detecta alguna de estas conductas irregulares, puede comportar el suspenso (D/0) en las actividades evaluables que se definan en el plan docente - incluidas las pruebas finales - o en la calificación final de la asignatura, ya sea porque se han utilizado materiales o dispositivos no autorizados durante las pruebas, como redes sociales o buscadores de información en internet, porque se han copiado fragmentos de texto de una fuente externa (internet, apuntes, libros, artículos, trabajos o pruebas del resto

de estudiantes, etc.) sin la correspondiente citación, o porque se ha practicado cualquier otra conducta irregular.

Por el otro, y de acuerdo con las normativas académicas, las conductas irregulares en la evaluación, además de comportar el suspenso de la asignatura, pueden dar lugar a la incoación de un procedimiento disciplinario y a la aplicación, si procede, de la sanción que corresponda.

La UOC se reserva la potestad de solicitar al estudiante que se identifique o que acredite la autoría de su trabajo a lo largo de todo el proceso de evaluación por los medios que establezca la universidad (síncronos o asíncronos). A estos efectos, la UOC puede exigir al estudiante el uso de un micrófono, una cámara u otras herramientas durante la evaluación y que este se asegure de que funcionan correctamente.

La verificación de los conocimientos para garantizar la autoría de la prueba no implicará en ningún caso una segunda evaluación.

Consulta del modelo de evaluación

Esta asignatura solo puede superarse a partir de la evaluación continua (EC). La nota final de evaluación continua se convierte en la nota final de la asignatura. La fórmula de acreditación de la asignatura es la siguiente: EC.

Opción para superar la asignatura: EC

Nota final de asignatura: EC

Evaluación continua

La evaluación continua de la asignatura se basa en dos entregas de un plan estratégico de la empresa markstrat para el periodo marcado (siempre a tres años vista) y el informe final de la empresa a enviar una vez acabada la simulación. La calidad de la entrega, así como el cumplimiento de objetivos final supondrá una evaluación total de la asignatura del 40% sobre el total de la nota. Para cada una de las dos entregas, la primera supondrá un peso del 5% del total y la segunda entrega y el informe final el 35%.

Las entregas finales de valoración de grupo y de la experiencia de gestión markstrat, así como las participaciones en las sesiones síncronas y en la plataforma de la simulación supondrán el resto de la evaluación continua.

Evaluación final

La evaluación final del Business Simulation II se basa en tres factores.

40% de la nota basada en las entregas de los planes estratégicos y su posterior cumplimiento, tal y como se detalla en el apartado de evaluación continua.

30% de la nota fijada en función de la posición final de la empresa markstrat en relación con el resto de competidores, obteniendo la mejor nota la empresa que acaba con un valor de la acción superior y la peor la empresa con un stock price más bajo.

30% de la nota basado en una valoración individual de cada uno de los participantes, fundamentada en la participación en las sesiones síncronas, la participación en la plataforma markstrat y las valoraciones individuales y del resto del grupo de trabajo en el informe 360º que debe entregar cada participante al final del módulo.

Feedback

Mediante el registro de evaluación continua, accederéis a la nota de cada prueba de evaluación. Las calificaciones estarán introducidas en el plazo aproximado de una semana desde el límite del plazo

de entrega de la actividad correspondiente. En todo caso dependerá de la complejidad de los trabajos a evaluar.

El profesor consultor informará en el tablón de su publicación e indicará los errores más frecuentes y los aspectos de interés que se hayan detectado en la tarea de corrección de las actividades entregadas

Para cada una de las actividades, incluyendo la nota final, recibiréis el correspondiente feedback personalizado. Además el feedback se complementará con las sesiones síncronas establecidas.

Fechas clave

Actividades evaluables

Nombre	Inicio / Enunciado	Entrega	Solución	Calificación
Analizando y desarrollando el mercado Markstrat	04/01/2023	19/01/2023	-	09/02/2023
Haciendo crecer la empresa y consolidando resultados	20/01/2023	09/02/2023	-	23/02/2023
Evaluación personal & grupo	10/02/2023	14/02/2023	-	01/03/2023
Informe final compañía Markstrat	10/02/2023	14/02/2023	01/03/2023	01/03/2023

Actividades no evaluables

Nombre	Inicio / Enunciado	Entrega	Solución
Sesión Síncrona I: Consejos y planificación Business Game II - Markstrat	04/01/2023	04/01/2023	-
Bienvenida y presentación	04/01/2023	08/01/2023	21/02/2023
Decisión 1	04/01/2023	08/01/2023	-
Decisión 2	09/01/2023	15/01/2023	-

Nombre	Inicio / Enunciado	Entrega	Solución
Sesión Síncrona II: Feria Markstrat 1	16/01/2023	16/01/2023	-
Decisión 3	16/01/2023	22/01/2023	-
Decisión 4	23/01/2023	26/01/2023	-
Sesión Síncrona III: Feria Markstrat 2	27/01/2023	27/01/2023	-
Decisión 5	27/01/2023	31/01/2023	-
Decisión 6	01/02/2023	05/02/2023	-
Decisión 7	06/02/2023	09/02/2023	-
Sesión Síncrona IV: Feria Final Markstrat. Preparación conclusiones Business Game II	10/02/2023	10/02/2023	-