

	Contenidos Programáticos	Código	FGA-23 v.01
		Página	1 de 7

FACULTAD: CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

PROGRAMA ADMINISTRACIÓN

DEPARTAMENTO DE: ADMINISTRACIÓN

CURSO :	LABORATORIO DE SIMULACIÓN	CÓDIGO:	159122
ÁREA:	PROFESIONAL		
REQUISITOS:		CORREQUISITO:	
CRÉDITOS:	1	TIPO DE CURSO:	TEÓRICO – PRÁCTICO

JUSTIFICACIÓN

Esta materia permite que el estudiante integre todos los conocimientos adquiridos en las diferentes áreas administrativas, técnicas, financieras, buscando desarrollar habilidades en el campo práctico de la gerencia de empresas.

Durante el desarrollo de la asignatura el estudiante podrá analizar, administrar y tomar decisiones sobre toda la empresa, simulando funciones que deben realizar ejecutivos de primera línea en una compañía multinacional.

Para tener éxito en el complejo mundo de los negocios actual, se debe tener claro como se interrelacionan todos los negocios. ¿cuál es la relación de la producción con la economía, las ventas y la mercadotecnia? ¿Cómo se vinculan a estas actividades la contabilidad y las finanzas?. ¿Cómo impulsar a los grupos con una estrategia cohesiva que funcione? Todo esto se vive en esta asignatura de simulación gerencial.

Las razones para aplicar los simuladores son:

Ventajas de los casos “vivos” donde el desenlace imparte la lección fundamental

OBJETIVO GENERAL

Fomentar a través del laboratorio de simulación la toma de decisiones gerenciales y estratégicas, en cada área de una empresa contribuyendo a la formación de estudiantes exitosos capaces de analizar y tomar decisiones en entornos cambiantes y diversos enfrentándolo rápidamente al típico problema de gerencia que tiene un ejecutivo al asumir la función de Gerente en una empresa.

	Contenidos Programáticos	Código	FGA-23 v.01
		Página	2 de 7

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Tomar decisiones en el área de Marketing, Finanzas, Investigación y Desarrollo, Calidad, Servicio y Administración, aplicando los conocimientos adquiridos durante el desarrollo de la carrera.
- Analizar las diferentes variables macroeconómicas y su influencia en el ámbito de la empresa.
- Desarrollar e implementar un plan estratégico que describa la misión, visión, políticas y estrategias, que sirvan de fundamento y proyección de las futuras decisiones.
- Fomentar la capacidad de determinar los objetivos financieros y las estrategias que garanticen la consecución del plan.
- Generar la sana competencia al interior de los grupos.
- Fomentar el trabajo en equipo.
- Integrar las diversas responsabilidades dentro del proyecto coordinado para lograr un objetivo colectivo.
- Entender los vínculos que se generan al interior de las organizaciones a nivel gerencial.
- Fortalecer la capacidad de comunicar claramente los resultados obtenidos.
- Aumentar comprensión y análisis de lecturas a través de casos vivos.

COMPETENCIAS

- PROFESIONAL**
- Desarrollo de habilidades gerenciales.
 - Maduración del estudiante al aumentar la experiencia comprimiendo el tiempo.
 - Demostración de técnicas, conceptos y herramientas.
 - Nivelación de conocimientos y de experiencias.
 - Formador de equipos multi-funcionales.
 - Medio para descubrir nuevas estrategias y enfoques a problemas complejos.
 - Evaluador del potencial ejecutivo personal Gerencia integral: entender el trabajo gerencial en una organización.
 - Trabajar con finanzas avanzadas, corporativas e internacionales.
 - Construir e interpretar pronósticos de escenarios utilizando herramientas de estadística aplicada que ayude soportar con datos cuantitativos la toma de decisiones.

	Contenidos Programáticos	Código	FGA-23 v.01
		Página	3 de 7

UNIDAD 1

TEMA	HORAS DE CONTACTO DIRECTO	HORAS DE TRABAJO INDEPENDIENTE DEL ESTUDIANTE
Elementos conceptuales de simulación	3	6
Explicación de Marklog	3	6
Decisiones de Prueba	3	6
Decisiones del Simulador	3	6
Decisiones del Simulador	3	6
Parcial	3	6

UNIDAD 2

TEMA	HORAS DE CONTACTO DIRECTO	HORAS DE TRABAJO INDEPENDIENTE DEL ESTUDIANTE
Explicación de Simserv Hoteles	3	6
Decisiones de Prueba	3	6
Decisiones del Simulador	3	6
Decisiones del Simulador	3	6
Parcial	3	6

UNIDAD 3

TEMA	HORAS DE CONTACTO DIRECTO	HORAS DE TRABAJO INDEPENDIENTE DEL ESTUDIANTE
Explicación de Markestrated	3	6
Decisiones de Prueba	3	6
Decisiones del Simulador	3	6
Decisiones del Simulador	3	6
Parcial	3	6

	Contenidos Programáticos	Código	FGA-23 v.01
		Página	4 de 7

METODOLOGÍA

A los estudiantes se les asignaran una empresa, quienes en el transcurso de la simulación deberán realizar lo siguiente:

- Adoptar los roles de gerentes funcionales de las empresas que dirigen
- Tomar decisiones respecto a los aspectos clave de la empresa durante el tiempo que dure la simulación.
- Representar a la empresa en las negociaciones que se realicen.
- Tomar las decisiones de la empresa que reprogramen durante el semestre.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Según reglamentación vigente Universidad de Pamplona

De tipo cuantitativo. 1°, 2° y 3° Parciales programados por la Universidad para medir el cambio en el aprendizaje.

De tipo cualitativo: Se evaluará el interés y la disposición para trabajar en equipo.

De acuerdo a las disposiciones reglamentarias vigentes de la Universidad de Pamplona

1. Primer parcial
 - 1.1. Evaluación en el simulador 20%
 - 1.2. Decisiones y evaluación del manual, informes del simulador 15%
2. Segundo parcial
 - 2.1. Evaluación en el simulador 20%
 - 2.2. Decisiones y evaluación del manual, informes del simulador 15%
3. Tercer parcial
 - 3.1. Evaluación en el simulador 20%
 - 3.2. Decisiones y evaluación del manual, informes del simulador 10%


BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

MICHESEN CONSULTING, LABSAG v 5.0 2011

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

GREEN, P. y DONALD S. 1978. *Research for Marketing Decisions*. Prentice- Hall, Inc. EUA. 673 p.

THEODORE LEVITT. *Imaginación del marketing*. The Free Press

	Contenidos Programáticos	Código	FGA-23 v.01
		Página	5 de 7

DIRECCIONES ELECTRÓNICAS DE APOYO AL CURSO

www.labsagunipamplona.com