

## PROGRAMA DE ASIGNATURA

### IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

Asignatura: <b>JUEGO DE NEGOCIOS</b>		Sigla: <b>ICS-031</b>	Fecha de aprobación 08/08/2017 (CC.DD. Acuerdo 14/2017)		
Créditos UTFSM: <b>3</b>	Prerrequisitos: ICS-022 Gestión estratégica	Examen: No	Unidad Académica que la imparte.		
Créditos SCT: <b>5</b>			<b>Departamento de Ingeniería Comercial</b>		
Horas Cátedra Semanal: <b>3</b>	Horas Ayudantía Semanal:	Horas Laboratorio Semanal:	Semestre en que se dicta		
					Impar      Par      Ambos <b>X</b>
Eje formativo: <b>Ingeniería Aplicada</b>					
Tiempo total de dedicación a la asignatura: <b>147</b> horas					

### Descripción de la Asignatura

El propósito de esta asignatura es que el alumno desarrolle y/o potencie sus habilidades directivas en gestión comercial, en el desarrollo de una simulación del entorno real.

La planificación de la asignatura está orientada a la revisión y puesta en práctica de los conocimientos adquiridos por los alumnos durante todos sus semestres en la Universidad.

### Requisitos de entrada

- Conocimiento de las áreas de una empresa.
- Conocimiento de Finanzas, Marketing, Logística, Negociación, Recursos Humanos, Operaciones, Contabilidad.
- Identificación de elementos de Gestión Estratégica para lograr ventajas competitivas en entornos complejos.

### Contribución al Perfil de Egreso

#### Competencias Transversales USM:

2. Adquirir la capacidad de **Resolución de Problemas** para atender los objetivos de la empresa u organización.
3. Desarrollar el sentido de **Compromiso con la Calidad** en todas las dimensiones de su ejercicio profesional.
5. Incorporar el **Manejo de las Tecnologías de Información y Comunicaciones** en su desempeño profesional.
6. Ejercer la **Comunicación Efectiva** para conducir y facilitar sus relaciones interpersonales laborales y las de su organización.

#### Competencias Específicas ICOM:

1. Dirigir, planificar y gestionar, liderando el trabajo del equipo humano y las actividades productivas y de servicio de la organización, facilitando el logro de sus objetivos.
2. Diseñar, administrar y gestionar de modo sustentable y sistemático el marketing, la producción, las finanzas, el recurso humano, las operaciones, los procesos de abastecimiento y distribución, la investigación y la innovación.
5. Identificar y describir el dinamismo de los escenarios y contextos económicos a nivel nacional e internacional.
6. Analizar el alcance de las principales variables industriales y de mercado que afectan a las empresas y organizaciones.
7. Evaluar oportunidades de negocios, considerando condiciones de incertidumbre y su impacto en la toma de decisiones.
8. Emprender e innovar en la gestión de negocios, identificando las oportunidades que constituyen creación de valor en la organización.
10. Gestionar y administrar haciendo uso de las tecnologías de información y comunicaciones, útiles en las áreas de desarrollo de la ingeniería comercial.

### Resultados de Aprendizaje que se espera lograr en esta Asignatura

- RdeA 2:** **Diseña** un plan estratégico a nivel corporativo, en simulación de trabajo grupal, **exponiendo y argumentando** el diseño.
- RdeA 4:** **Aplica** metodología de control de gestión en situaciones dadas, **argumentando** su uso.
- RdeA 7:** **Aplica** estrategias de dirección en cada área funcional: marketing, finanzas, RRHH y operaciones, **argumentando** la integración de éstas, a corto y largo plazo, en un contexto innovador.
- RdeA 15:** **Analiza** entornos económicos y sociales, **aplicando** la estructura dada.
- RdeA 18:** **Relaciona y predice** comportamiento de variables industriales y de mercado, **asociándolas** al sistema.
- RdeA 20:** **Identifica** oportunidades de negocios **describiéndolas y argumentándolas** en el contexto económico inmediato.
- RdeA 21:** **Propone** estructuras organizacionales, **estableciéndolas** bajo condiciones de incertidumbre.
- RdeA 31:** **Utiliza** tecnologías vigentes y/o de vanguardia, **aplicándolas** en sus propuestas y presentaciones.

### Contenidos temáticos

- Presentación del Programa de Asignatura, como contenido procedimental.
- Manejo del Marketing a nivel Estratégico como operativo.
- Concepto de finanzas: indicadores financieros.
- Conceptos de gestión estratégica: Desarrollo de plan estratégico.
- El mapa conceptual.
- Método basado en la resolución de problemas.

### Metodología de enseñanza y aprendizaje

Clases expositivas con apoyo de medios audiovisuales, en una primera etapa.

Laboratorio de simulación, con clases prácticas de empresas ya formadas, para luego, el estudiante, recibir una empresa sin funcionamiento, a fin de que tome decisiones estratégicas.

Aprender haciendo, teniendo una empresa multinacional a cargo.

### Evaluación y calificación de la asignatura (Ajustado a Reglamento Institucional - Reglamento N°1)

Requisitos de aprobación y calificación	<p>La asignatura se evalúa a través de: Desempeño (Precio Acción y Participación de Mercado), Controles Simulador, Informes parciales, e Informe final y Presentación.</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th style="background-color: #d9e1f2;">Instrumentos de evaluación.</th><th style="background-color: #d9e1f2;">%</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Precio Acción y Participación de Mercado (<b>PA</b>)</td><td><b>35</b></td></tr> <tr> <td>Controles Simulador (<b>CS</b>)</td><td><b>20</b></td></tr> <tr> <td>Informes Parciales (<b>IP</b>)</td><td><b>15</b></td></tr> <tr> <td>Informe Final y Presentación (<b>IF</b>)</td><td><b>30</b></td></tr> </tbody> </table> <p><b>Promedio semestral (PS)</b> se calcula según:  <math display="block">PS = PA*0,35 + CS*0,20 + IP*0,15 + IF*0,30</math></p>	Instrumentos de evaluación.	%	Precio Acción y Participación de Mercado ( <b>PA</b> )	<b>35</b>	Controles Simulador ( <b>CS</b> )	<b>20</b>	Informes Parciales ( <b>IP</b> )	<b>15</b>	Informe Final y Presentación ( <b>IF</b> )	<b>30</b>
Instrumentos de evaluación.	%										
Precio Acción y Participación de Mercado ( <b>PA</b> )	<b>35</b>										
Controles Simulador ( <b>CS</b> )	<b>20</b>										
Informes Parciales ( <b>IP</b> )	<b>15</b>										
Informe Final y Presentación ( <b>IF</b> )	<b>30</b>										

### Recursos para el aprendizaje

#### Bibliografía

Texto Guía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• López, J.C. et al. (2015). Manual Juego de Negocios Globalsym Euro. Public. en sitio del Juego de Negocios.</li> <li>• Osterwalder, A.; Pigneur, A.Y. (Autor), (2011). Generación de modelos de negocio, Traduc: Lara Vázquez Cao. Ediciones Deusto (Barcelona)</li> </ul>
Complementaria u Opcional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Porter,M. (2009). Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores (Empresa y Gestión), Pirámide.</li> </ul>

## II. Cálculo de cantidad de horas de dedicación- (SCT-Chile) - Cuadro

ACTIVIDAD	Cantidad de horas de dedicación		
	Cantidad de horas por semana	Cantidad de semanas	Cantidad total de horas
PRESENCIAL			
Cátedra o Clases teóricas	1	17	17
Ayudantía/Ejercicios			
Visitas industriales (de Campo)			
Laboratorios / Taller	2	17	34
Evaluaciones (certámenes, otros)			
Otras (Especificar)			
NO PRESENCIAL			
Ayudantía			
Tareas obligatorias	4	16	64
Estudio Personal (Individual o grupal)	2	16	32
Otras (Especificar)			
<b>TOTAL (HORAS RELOJ)</b>			<b>147</b>
Número total en CRÉDITOS TRANSFERIBLES			<b>5</b>

1 SCT = 30 horas cronológicas (Total horas ÷ 30= total de SCT)