

UNIVERSIDAD VERACRUZANA
Maestría en Finanzas Empresariales

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
Simuladores electrónicos de negocio
PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
El uso de simuladores de negocios permite que el estudiante desarrolle habilidades directivas en un contexto virtual de simulación, a través de estos adquirirá conocimientos y habilidades que le permitirán gestionar una empresa u organización. Le permitirá adiestrarse y capacitarse en el proceso de toma de decisiones de forma virtual, antes de enfrentarse al mundo laboral. El uso de estas herramientas es un entrenamiento, por lo que es necesario que los estudiantes de este Posgrado se adiestren en el uso de los mismos.

OBJETIVOS GENERALES DE CURSO
Desarrollar y fomentar en el alumno la capacidad para la generación y evaluación de planes y estrategias de negocio, mediante el uso de simuladores de negocios como una herramienta para la capacitación y entrenamiento de los estudiantes, esto les permitirá desarrollar habilidades gerenciales y financieras en distintas áreas de la actividad empresarial, estableciendo un ambiente virtual e interactivo.

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS
UNIDAD 1
Simuladores Financieros
Objetivos Particulares
☒ Aplicará los conocimientos teóricos adquiridos a través de simuladores de negocios.
Temas
Simuladores Financieros ▪ Simuladores Bursátiles ▪ Simuladores en línea ▪ Elementos Administrativos a Considerar ▪ Estados de Resultados ▪ Razones Financieras ▪ Toma de Decisiones Financieras ▪ Capital y Utilidades.

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS
UNIDAD 2
Simulador de Producción

Objetivos particulares
☒ Señalar las características de los simuladores de negocios como una herramienta de apoyo para generar producción en las empresas.
Temas
Características generales de los simuladores de negocios ▪ Introducción a los simuladores de negocios ▪ Características generales de los simuladores de negocios ▪ Planeación de la producción ▪ Parámetros a corto, mediano y largo plazo ▪ Requerimientos de producción ▪ Capacidad de producción ▪ Pronóstico de producción ▪ Control de Inventario ▪ Adquisiciones

UNIDAD 3
Simulador de mercadotecnia
Objetivos particulares
☒ Desarrollar habilidades para la toma de decisiones en Mercadotecnia
Temas
Decisiones en mercadotecnia ▪ Mercadotecnia y consumidor ▪ Mercadotecnia y empresa ▪ Las decisiones en la empresa ▪ Investigación de mercado ▪ Segmentación de mercado ▪ Decisiones sobre la mercadotecnia

UNIDAD 4
Simulador de los recursos humanos
Objetivos particulares
☒ Desarrollar las habilidades para tomar decisiones en el manejo de los recursos humanos
Temas
Decisiones en recursos humanos ▪ Elementos de Recursos Humanos a considerar ▪ Proceso de Selección ▪ Reclutamiento ▪ Selección ▪ Inducción ▪ Contratación

UNIDAD 5
Simulador general de Negocios
Objetivos particulares
☒ Identificar y analizar los elementos que se deben considerar para el desarrollo de un simulador de negocios.

Temas
▪ Áreas funcionales ▪ Integración de las áreas funcionales ▪ Tamaño de la organización

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS
Durante el curso se utilizarán varios métodos de aprendizaje: • Estudio de libros de texto. • Discusión en clase. • Estudio y solución de algunos casos. • Elaboración de reportes. • Presentaciones orales.

EQUIPO NECESARIO
• Materiales multimedia • Recursos audiovisuales • Materiales de lectura • Equipo de cómputo con acceso a Internet • Marcadores para pizarrón blanco • Acceso a las bibliotecas (física y virtual) de la Universidad

BIBLIOGRAFÍA
• Carracedo , A. (2010). <i>Decisiones financieras, influencias subjetivas</i>. Rosario, Provincia de Santa Fé, República Argentina: Fundación Ross. • Dessler, G. (2015). <i>Administración de Recursos Humanos</i>. México, D.F.: Pearson Educación. • Ferrell, Q., & Hartline, M. D. (2012). <i>Estrategia de Marketing</i>. México, D.F.: Cengage Learning Editores, S.A. de C.V., . • González Bonome, M. A. (2010). <i>La racionalidad en la toma de deicisiones: análisis de la teoría de la decisiones</i>. España. • Kotler, P., & Armstrong , G. (2013). <i>Fundamentos de marketing</i>. México, D.F.: Pearson Educación de México, S.A. de C.V. . • Machain, L. (2015). <i>SIMULACION DE MODELOS FINANCIEROS</i>. Alfaomega Grupo Editor.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS (Última fecha de acceso)
• https://www.simuladoresdenegocios.online/?qclid=EAlaIQobChMI_5Ov4tf55AIVTNbACh0UkwuuEAAAYASAAEgJcwPD_BwE • https://ebookcentral.proquest.com.ezproxy.cdigital.uv.mx:8443/lib/biblio-uvsp/home.action
EVALUACIÓN
SUMATIVA

Aspecto a Evaluar	Forma de evaluación	Evidencia	Porcentaje
Estudio de Casos.	Trabajo escrito	Reporte de caso resuelto y enriquecido con comentarios.	25%
	Exposición de caso	Exposición en plenaria sobre un caso asignado.	20%
Reporte de lectura	Trabajo Escrito	Reporte de lectura.	30%
Presentación y defensa del proyecto de fin de curso	Presentación Oral	Presentaciones realizadas ante el grupo, atendiendo las recomendaciones dadas por el docente.	25%
Total			100%