



Guia docente				
Datos Identificativos			2020/21	
Asignatura (*)	Modelos y Técnicas de Simulación Empresarial: Juego de Empresa		Código	710G03026
Titulación	Grao en Xestión Industrial da Moda			
Descriptorios				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Grado	2º cuatrimestre	Tercero	Obligatoria	6
Idioma	Castellano			
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento				
Coordinador/a	Mato Santiso, Vanessa	Correo electrónico	vanessa.mato@udc.es	
Profesorado	Mato Santiso, Vanessa	Correo electrónico	vanessa.mato@udc.es	
Web				
Descripción general	El principal objetivo de esta asignatura es enseñar al alumnado a resolver problemas generales y globales relacionados con la dirección y gestión de empresas, así como adoptar decisiones en equipo de forma creativa e innovadora. Para lograrlo, los/as alumnos/as, organizados en equipos de trabajo, adoptarán el rol de directivos de empresas del sector textil/moda, que competirán en un entorno simulado. Los equipos deberán tomar decisiones en aspectos como: estrategias, productos, diseño, marca y posicionamiento, políticas de precio, canales, comunicación, contrataciones, costes, inversiones, financiación, etc., y analizar los resultados de las mismas, fruto de la interacción de los distintos equipos.			



Plan de contingencia	1. Modificaciones en los contenidos No se realizarán cambios 2. Metodologías *Metodologías docentes que se mantienen - Sesión magistral (se realizará de forma virtual, preferiblemente a través de Teams) - Sesiones interactivas para desarrollar y presentar los avances del proyecto de simulación empresarial (se realizarán virtualmente, preferiblemente a través de Teams) - Prueba de respuestas múltiples (se realizará de forma virtual, preferiblemente a través de Moodle) *Metodologías docentes que se modifican - Se elimina el requisito de asistencia presencial a partir de la suspensión de la actividad presencial 3. Mecanismos de atención personalizada al alumnado - Moodle: para consultar materiales del curso, solicitar tutorías y dar seguimiento al proyecto de simulación. - Teams: sesiones para tutorías individuales o en grupos reducidos 4. Modificaciones en la evaluación No se realizarán cambios *Observaciones de evaluación: Se mantienen las mismas que figuran en esta guía, a excepción del cómputo de la presencialidad 1. SITUACIONES: Se mantienen las mismas que figuran en la guía docente. 2. REQUISITOS PARA SUPERAR LA ASIGNATURA: Se mantienen las mismas que figuran en la guía docente. 5. Modificaciones de la bibliografía o webgrafía No se realizarán cambios
-----------------------------	---

Competencias del título	
Código	Competencias del título
A1	Conocer los fundamentos básicos de gestión de una empresa de textil/moda, tanto a nivel estratégico como operativo y funcional.
A2	Conocer los aspectos del entorno que influyen en la evolución del mundo de la moda y sus empresas, con especial incidencia en el impacto de las cuestiones económicas y legales.
A3	Desarrollar destrezas para las relaciones interpersonales y la interacción con agentes del entorno e interno (clientes, proveedores, medios, colaboradores, ...)
A5	Desarrollar las necesarias habilidades para la generación de ideas creativas e innovadoras.
A8	Ser capaz, en base al conocimiento del entorno social, de diseñar y poner en marcha estrategias de marketing eficaces, que contemplen especialmente las variables de comunicación y distribución: mensajes, medios, canales, relación con el cliente, etc, ...
A9	Dominar o proceso logístico dunha empresa de moda desde unha perspectiva global, abarcando desde o aprovisionamento ata o proceso produtivo e mais o transporte, con especial incidencia nos procesos principais propios da industria téxtil: selección de tecidos e materiais, padronaxe, confección etc....
A10	Ter os fundamentos económico-financeiros necesarios para coñecer o estado dunha empresa de moda e xestionala adecuadamente desde unha tripla perspectiva de liquidez, solvencia e rendibilidade.



A11	Ter unha perspectiva internacional do sector da moda e dominar ferramentas de planificación e xestión das estratexias de internacionalización posibles.
A13	Coñecer o impacto da tecnoloxía nos distintos procesos da industria téxtil.
A14	Ter unha perspectiva clara do papel das persoas na organización, e coñecer as ferramentas de xestión de recursos humanos necesarias para conseguir delas a máxima implicación e rendemento.
A15	Coñecer e asumir a perspectiva ética e os valores imprescindibles en que debe descansar o mundo da moda e as súas empresas.
A19	Capacidade para a recollida, selección e análise de fluxos de información, integración destes nos sistemas e procesos de xestión da información da empresa, e aplicación á toma de decisións estratéxicas e operativas, sempre desde unha perspectiva ética.
B1	Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
B2	Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
B3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
B4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
B5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
B6	Capacidad para la cooperación, el trabajo en equipo y el aprendizaje colaborativo en entornos interdisciplinares
B7	Capacidad para analizar tendencias (razonamiento crítico).
B8	Capacidad de planificación, organización y gestión de recursos y operaciones
B9	Capacidad de análisis, diagnóstico y toma de decisiones
C1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en las lenguas oficiales de la comunidad autónoma.
C2	Dominar la expresión y la comprensión de forma oral y escrita de un idioma extranjero.
C3	Utilizar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida.
C4	Desarrollarse para el ejercicio de una ciudadanía respetuosa con la cultura democrática, los derechos humanos y la perspectiva de género.
C5	Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras.
C6	Adquirir habilidades para la vida y hábitos, rutinas y estilos de vida saludables.
C7	Desarrollar la capacidad de trabajar en equipos interdisciplinares o transdisciplinares, para ofrecer propuestas que contribuyan a un desarrollo sostenible ambiental, económico, político y social.
C8	Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad.
C9	Tener la capacidad de gestionar tiempos y recursos: desarrollar planes, priorizar actividades, identificar las críticas, establecer plazos y cumplirlos.

Resultados de aprendizaje	
Resultados de aprendizaje	Competencias del título



Poner en práctica los conocimientos teóricos y conceptuales adquiridos en otras asignaturas relativas a la gestión de la empresa (inversión, financiación, recursos humanos, operaciones, logística, marketing y comunicación, desarrollo y comercialización de productos, fijación de precios, etc.).	A1 A2 A3 A5 A8 A9 A10 A11 A13 A14 A15 A19	B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9	C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8 C9
Comprender la importancia de saber adaptarse y desenvolverse en escenarios imprevistos y situaciones nuevas, aproximándose a los contextos de información incompleta, incertidumbre, movimientos estratégicos entre competidores, posibles conflictos derivados del trabajo en equipo, entre otros.	A1 A2 A3 A5 A8	B1 B2 B7 B8 B9	C3 C4 C5 C7
Comprender la importancia de analizar, evaluar y seleccionar las estrategias más adecuadas en cada momento, teniendo en cuenta la situación cambiante de la empresa de moda y de su entorno (macro y micro).	A5 A8 A14 A15	B3 B5 B7 B8 B9	C3 C4 C5 C7
Comprender la importancia de identificar adecuadamente las principales variables de decisión en los diferentes ámbitos operativos de la empresa de moda, así como sus interrelaciones.	A1 A2 A3 A8 A10 A11 A14	B1 B2 B3 B4 B5 B6	C3 C4 C5 C7 C9
Conocer la importancia de llevar a cabo un adecuado análisis de los problemas, realizar un diagnóstico de la situación, proponer acciones correctoras y detectar oportunidades de mejora en la administración y gestión de la empresa.	A2 A3 A8 A13 A14 A15	B1 B2 B3 B7	C4 C7 C8 C9
Desarrollar habilidades como la capacidad de gestión, trabajo en equipo, pensamiento crítico, adaptación al cambio, capacidad para innovar, resolución de problemas, etc., fundamentales para la realidad del mundo empresarial.	A3 A5 A8	B4 B5 B6 B7 B8 B9	C1 C2 C6 C7 C9

Contenidos	
Tema	Subtema
PARTE I: Toma de decisiones estratégicas y tácticas en la empresa de moda	Análisis estratégico en la empresa de moda Toma de decisiones (producción, comerciales, de recursos humanos, financieras, etc.). Desarrollo de capacidades Evaluación de situaciones



PARTE II: Introducción a la simulación empresarial en el sector moda	Características del entorno Análisis de información Valoración de alternativas Selección e implantación de estrategias
PARTE III: Desarrollo y etapas de una simulación empresarial en el sector moda	Ejecución y desarrollo de una simulación empresarial Análisis de los resultados obtenidos en la simulación empresarial Establecimiento de acciones correctivas Realización de un informe final

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competencias	Horas presenciales	Horas no presenciales / trabajo autónomo	Horas totales
Aprendizaje colaborativo	A2 A3 A5 A8 B1 B2 B5 B6 B7 B9 C1 C3 C6	10	30	40
Trabajos tutelados	A1 A2 A3 A5 A8 A9 A10 A11 A19 B2 B3 B4 B5 B6 B7 C2 C3 C5 C9	20	40	60
Prueba de respuesta múltiple	A8 C1 C2	2	10	12
Presentación oral	A5 B1 B2 B3 B4 B5 B9 C1 C2	7	13	20
Sesión magistral	A1 A13 A14 A15 B2 B3 B4 B5 B6 B8 C4 C7 C8	5	10	15
Atención personalizada		3	0	3
(*)Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos				

Metodologías	
Metodologías	Descripción
Aprendizaje colaborativo	Esta metodología se basa en el trabajo en grupos reducidos, donde los estudiantes con diferentes niveles de habilidad utilizan una variedad de actividades de aprendizaje para mejorar su comprensión sobre una materia.
Trabajos tutelados	Los alumnos/as trabajarán en equipos y deben tomar decisiones en aspectos como: estrategias, productos, diseño, marca y posicionamiento, políticas de precio, canales, comunicación, contrataciones, costes, inversiones, financiación, etc., y analizar los resultados de las mismas, fruto de la interacción de los distintos equipos. Los estudiantes participarán en tutorías presenciales donde recibirán atención personalizada para su elaboración, la cual requerirá de trabajo tutelado en el aula y autónomo fuera de ella. La exposición y presentación de las diferentes fases de la simulación empresarial será presencial y plenaria.
Prueba de respuesta múltiple	Examen tipo test de respuesta múltiple donde una sola opción es correcta y las respuestas incorrectas penalizan.
Presentación oral	Los equipos de estudiantes realizarán exposiciones sobre las decisiones estratégicas adoptadas en la simulación empresarial.
Sesión magistral	En el aula se explicarán las bases teóricas y conceptuales necesarias para llevar a cabo una simulación empresarial en el sector moda.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción



Trabajos tutelados	Ayudar a los estudiantes en el tratamiento y resolución de problemas, en la preparación de los trabajos tutelados, y en la exposición/presentación oral, tanto en el aula presencialmente como a través de tutorías síncronas realizadas virtualmente a través de la plataforma Teams (tanto en el caso de los estudiantes matriculados en régimen de dedicación a tiempo completo, como en el caso de los estudiantes con reconocimiento de dedicación a tiempo parcial y dispensa académica). Los estudiantes con dispensa académica tendrán que realizar el trabajo tutelado con algún equipo, pero no se controlará su presencialidad al aula, excepto cuando el equipo realice la exposición final del trabajo. La presentación del trabajo podrá ser presencial o virtual (a través de Teams).
--------------------	--

Evaluación			
Metodologías	Competencias	Descripción	Calificación
Trabajos tutelados	A1 A2 A3 A5 A8 A9 A10 A11 A19 B2 B3 B4 B5 B6 B7 C2 C3 C5 C9	La calificación obtenida en los trabajos tutelados de equipo ponderará el 30% de la calificación final, teniendo en cuenta el carácter eminentemente práctico de la asignatura. Se tendrán en cuenta las siguientes variables: - Los resultados logrados en la simulación empresarial de la empresa de moda, en cada una de las sesiones de toma de decisiones. - La participación activa de todos los miembros del equipo. - La presencialidad al aula es obligatoria para las sesiones interactivas (salvo por causa justificada), por tanto, se realizará un control de asistencia. Todos los miembros de cada equipo obtendrán la misma calificación por los resultados obtenidos en la simulación empresarial (debe existir consenso en las decisiones adoptadas en el equipo). Pero la presencialidad se evaluará de forma individual (los miembros de un mismo equipo pueden obtener una calificación diferente por asistencia al aula).	30
Prueba de respuesta múltiple	A8 C1 C2	Se realizará un examen tipo test (presencial o virtual administrado vía Moodle), donde solo una opción es correcta. Las respuestas incorrectas penalizan un tercio del valor de las correctas. Es estrictamente necesario aprobar el examen (es decir, obtener una calificación igual o superior a 5, en una escala de 0-10) para aprobar la asignatura.	50
Presentación oral	A5 B1 B2 B3 B4 B5 B9 C1 C2	Todos los equipos deben realizar una presentación oral a final de curso para exponer las decisiones estratégicas que han adoptado e implementado en el trabajo de simulación empresarial. La asistencia es obligatoria para todos los miembros del equipo y supondrá un máximo del 20% de la calificación final. Si un estudiante no realiza la presentación oral, no podrá aprobar la asignatura.	20

Observaciones evaluación
El control de la asistencia de los estudiantes a las sesiones interactivas presenciales podrá realizarse de forma aleatoria. Los criterios de evaluación se aplicarán tanto a la primera como a la segunda oportunidad, incluidos los estudiantes Erasmus y de intercambio. La exención académica de exención de asistencia? tendrá las siguientes ponderaciones: el 30% procederá de la realización del trabajo tutelado en equipo (resultados logrados, pero sin computar la asistencia al aula), el 20% procederá de la presentación oral y el 50% procederá del examen. Las calificaciones obtenidas por los estudiantes en la evaluación continua como resultado del trabajo tutelado realizado en equipo y de la presentación oral (hasta un 50%) serán válidas únicamente durante el curso académico en cuestión. Está prohibido el acceso a las salas de examen con cualquier dispositivo de transmisión y / o almacenamiento de datos (teléfonos móviles, relojes inteligentes, etc.).

Fuentes de información



Básica	Thompson, A.A., Stappenbeck, G.J. y Reidenbach, M.A. (2020): The business strategy game. Competing in a global Marketplace (Players Guide). Editorial McGraw-Hill Education. Estallo, M. D. L. A. G., & De la Fuente, F. G. (2013). Cómo crear y hacer funcionar una empresa. Esic Editorial. Graeml, F. R., Graciá, V. B., & Yiannaki, S. M. (2010). La integración de diferentes campos del conocimiento en juegos de simulación empresarial. REDU. Revista de Docencia Universitaria, 8(2), 29. Chamorro Mera, A., Gracia Gallego, J. M., & Miranda González, F. J. (2015). Los simuladores de empresa como instrumentos docentes: un análisis de su aplicación en el ámbito de la dirección de marketing. REDU. Revista de Docencia Universitaria, 13(3), 54-72. Urda, B. S., Hernández, Y. B., de Pablo López, I., & Borrajo, F. (2010). Innovación en docencia virtual: los simuladores de gestión empresarial. RELADA-Revista Electrónica de ADA-Madrid, 4(2). Regaliza, J. C. P., Gual, J. C., & Val, P. A. (2016). Simulación como herramienta de ayuda para la toma de decisiones empresariales. Un caso práctico. Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa, 21, 188-204.
Complementaria	Navas López, J.E. y GuerrasMartín, L.A. (2012): Fundamentos de dirección estratégica de la empresa, Ed.Civitas?Thomson Reuters; Madrid.

Recomendaciones
Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente
Gestión de la Cadena de Suministro de Moda I: Aprovisionamiento/710G03005 Gestión de la Cadena de Suministro de Moda II: Gestión de Operaciones /710G03017 Marketing e Investigación de Mercados de Moda/710G03012 Gestión Contable y Financiera en la Empresa de Moda/710G03015 Fundamentos de Economía: Industria de la Moda/710G03003
Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente
Internacionalización de la Empresa de Moda/710G03025 Gestión de la Cadena de Suministro de Moda III: Logística y Transporte/710G03019 Recursos Humanos y Habilidades de Gestión en Empresas de Moda/710G03020
Asignaturas que continúan el temario
Dirección Estratégica de la Empresa de Moda/710G03030 Taller 1: Plan de Empresa de Moda/710G03032
Otros comentarios

(*) La Guía Docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo cosas excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo a la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías