

**PROPUESTAS INNOVADORAS EN LA CÁTEDRA DE
COMERCIALIZACIÓN II: ARTICULACIÓN DE LA SIMULACIÓN DE
MARKETING ESTRATÉGICO CON OTRAS ASIGNATURAS.**

1. Datos de los autores:

Autores: Lic. Benjamín Viejobueno
Lic. Raúl Ernesto Ríos
Lic. Federico Monasterio

Cátedra: Comercialización II – INSADMI – FACE – UNT

Email: insadmi@face.unt.edu.ar

Año: 2012

2. Eje temático: Ideas y propuestas innovadoras.

3. Resumen de la propuesta:

Las empresas en tanto sistemas sociales compuestos por otros subsistemas no pueden funcionar adecuadamente ni lograr sus objetivos si algún subsistema falla, muchos menos si solo desarrollan un subsistema dejando de lado los otros.

Desde hace ya dos años la cátedra viene organizando durante el cursado una Simulación de Marketing estratégico, en la cual los alumnos aprenden y aplican de manera interactiva conocimientos teóricos y prácticos no solo de esta materia, sino también de otras materias.

Es a raíz de esto y basándonos en la idea de las empresas como sistemas que proponemos la idea de articular la utilización del simulador con otras asignaturas de la carrera, aprovechando de esta forma esta herramienta para brindar una experiencia más enriquecedora y global a nuestros alumnos.

4. Palabras clave: Simulación – Marketing – Articulación – Sistemas – Experiencia.

5. Motivación para la presentación de la propuesta:

Habitualmente en la enseñanza de Marketing a nivel mundial se utiliza el Método del Caso para que los alumnos pongan en práctica los conocimientos adquiridos en la teoría. Este método, a pesar de ser un probado medio para

que los alumnos comprendan en base a casos reales los conceptos teóricos, no siempre es tan completo como se desearía.

Las discusiones acerca del nuevo plan de estudios para la Licenciatura en Administración marcaron entre otras cosas, la necesidad de fomentar el trabajo en equipo de los estudiantes y la idea de poder contar con nuevas herramientas de enseñanza que mejoraran la formación de nuestros alumnos. Es en este marco que la Cátedra decide la utilización de un Simulador de Marketing Estratégico.

Al combinarse con los métodos tradicionales de capacitación, la simulación es una herramienta muy eficaz para aprender. De manera similar a un simulador de vuelo, permite que los estudiantes practiquen nuevas técnicas en un periodo intensivo y dentro de un entorno sin riesgos antes de aplicarlos en el medio empresarial real.

El simulador ofrece a los estudiantes de Administración y a profesionales una plataforma libre de riesgos para probar teorías y tomar decisiones. Los equipos obtienen sus resultados simultáneamente, y los utilizan para refinar sus decisiones en el tiempo. Cada equipo de tres a seis participantes compite uno contra otro para dirigir con éxito su empresa industrial durante varios años. El juego no es sólo táctica, pero sí una estrategia a largo plazo. Debido a que las decisiones se toman sobre períodos anuales de seis a doce, los equipos están obligados a no sólo un único plan de beneficios a corto plazo, sino a objetivos a largo plazo.

Existen varias ventajas ofrecidas por los juegos de simulación como herramientas pedagógicas, entre ellas: motivación, participación, retroalimentación, representación del tiempo, competencia, integración y toma de decisiones en equipo. Todas estas variables fueron tenidas en cuenta y analizadas mientras se llevó a cabo este proceso. Durante el desarrollo de la simulación se realizó un constante monitoreo no solo del desempeño de los equipos, sino de su experiencia a nivel global.

Basándonos en la idea de las empresas como sistemas que proponemos la idea de articular la utilización del simulador con otras asignaturas de la carrera, aprovechando de esta forma esta herramienta para brindar una experiencia más enriquecedora y global a nuestros alumnos. Surge de las experiencias anteriores y de la encuestas realizadas la idea de articular la experiencia del simulador con otras materias que de acuerdo con los alumnos fueron muy útiles a la hora de participar del simulador como ser: Contabilidad Gerencial, Estadística, Estadística I, Formulación y Evaluación de Proyectos, Producción, Producción II y Teoría de la organización.

La motivación para la presentación de esta propuesta es brindar a los alumnos una experiencia de aprendizaje aun más profunda y abarcativa, abarcando no solo temas vinculados al marketing, sino poniendo en

práctica numerosos conceptos vistos en otras asignaturas y aprendiendo a trabajar en equipo.

6. Descripción de los modos de trabajo, organización, interacción y evaluación:

Para esta simulación es tan importante la aplicación de conocimientos teóricos como lo es el trabajo en equipo. Las enseñanzas van más allá de la teoría pura, los alumnos deben trabajar en equipo, a veces largas horas fuera del horario de clase, y es así como aprenden a trabajar en equipo. Los participantes no sólo aprenden a partir de la simulación, sino el uno del otro, manteniendo alto su nivel de entusiasmo.

En primera instancia proponemos la idea de coordinar reuniones con otras cátedras a fin de en conjunto poder determinar sobre que áreas de la simulación se podría trabajar con cada cátedra.

Proponemos trabajar en conjunto con cada cátedra a fin de encontrar la forma adecuada de llevar adelante estas ideas, de organizar las tareas y de evaluar los progresos.

Entre las ideas disparadoras que podemos coordinar con otras cátedras proponemos las siguientes:

- La posibilidad colaborar con la Cátedra de Administración II – Comportamiento Organizacional para analizar el trabajo en equipo de los alumnos. Esto aparece como una idea muy interesante ya que son pocas las situaciones en las cuales los alumnos trabajan realmente en equipo y consideramos que sería valioso tanto para los alumnos como para los docentes aprovechar esta experiencia ayudando a los participantes en la formación y el desarrollo de los equipos y analizando posteriormente la dinámica de los mismos.
- La posibilidad de trabajar con la Cátedra de Contabilidad Gerencial en cuanto al análisis e interpretación de los estados de resultados y de los numerosas informaciones contables que genera para los usuarios el simulados tanto sobre las misma empresas como sobre el mercado en general.
- La posibilidad de trabajar en conjunto con la Cátedra de Formulación y Evaluación de proyectos para que los equipos puedan formular y evaluar adecuadamente cada uno de los proyectos en los cuales se embarcan en el marco del simulador (lanzamiento de nuevos productos, proyectos de investigación y desarrollo, etc.).

- La posibilidad de trabajar en conjunto con las Cátedras de Producción I y Producción II en tanto y en cuanto a los niveles de producción a la determinación de las características y desarrollo de los productos, etc.

Finalmente después de estas reuniones de trabajo con las diversas cátedras se podrá establecer un Plan de Acción adecuado a fin de asegurar que todas las ideas surgidas se traduzcan en una mejor experiencia de aprendizaje para los alumnos.