



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS

SÍLABO

JUEGO DE NEGOCIOS I

I. DATOS GENERALES

1. Departamento Académico	: Ciencias Administrativas y Recursos Humanos
2. Escuela Profesional	: Administración, Administración de Negocios Internacionales, Gestión de Recursos Humanos, Marketing
3. Programa	: Pregrado
4. Semestre Académico	: 2025 – I
5. Tipo de asignatura	: Obligatoria
6. Modalidad de asignatura	: Virtual
7. Código de asignatura	: 02505909030 / (ADM) / 02505909031 / (ANI) / 02505909032 / (GRH) / 02505909033 / (MK) /
8. Ciclo	: Noveno
9. Créditos	: 3
10. Horas semanales totales	: 5.5
Horas lectivas de teoría	: 2
Horas lectivas de práctica	: 2
Horas lectivas totales	: 4
Horas no lectivas de teoría	: -
Horas no lectivas de práctica	: -
Horas no lectivas totales	: -
Horas de Trabajo Independiente	: 1.5
11. Requisitos	: Gestión Pública (Administración), Inversiones Internacionales (Administración de Negocios internacionales), Gestión de Proyectos (Gestión de Recursos Humanos) Comunicación Visual (Marketing)
12. Docentes	: Álvarez Aranzamendi, Carmen Luisa / Cruz Torres, Wilmer / Ibáñez, Milton.

II. SUMILLA

La asignatura pertenece al área curricular de estudios especializados gerenciales, tiene como propósito aplicar estrategias y herramientas de gestión para la toma de decisiones empresariales, mediante simulaciones de negocios.

Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. El enfoque estratégico y la planificación. 2. La creación de valor y el marketing. 3. La gestión financiera y el control de gestión. 4. La planificación y la gestión de operaciones.

La asignatura exige del estudiante la elaboración y sustentación de un informe académico sobre los resultados obtenidos en el simulador.

III. COMPETENCIA Y SUS COMPONENTES COMPRENDIDOS EN LA ASIGNATURA

3.1 Competencia

Uso de tecnología

Utiliza eficazmente las nuevas tecnologías de la información y la comunicación

3.2. Componentes

Capacidades

- Aplica estrategias tecnológicas y de gestión bien definidas, con visión global del desempeño empresarial, considerando la necesidad de optimizar los procesos del negocio.
- Propone estrategias orientadas al posicionamiento del producto en el mercado en diversos escenarios, con uso de la tecnología y sus posibles riesgos.
- Planifica y gestiona estrategias competitivas, orientadas a la generación de valor a la empresa, a través de procesos de comunicación y colaboración digital.
- Gestiona información de diversa índole a través del uso de tecnología, aplicable en la toma de decisiones empresariales.

Actitudes y valores

- Respeto a la persona
- Integridad (Honestidad, equidad, justicia, solidaridad y vocación de servicio)
- Búsqueda de la excelencia
- Liderazgo (académico, tecnológico y otros)

IV. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD 1 EL ENFOQUE ESTRATÉGICO Y LA PLANIFICACIÓN								
CAPACIDAD: Aplica estrategias tecnológicas y de gestión bien definidas, con visión global del desempeño empresarial, considerando la necesidad de optimizar los procesos del negocio								
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS		HORAS NO LECTIVAS		HTI
				HT	HP	HT	HP	
1	• La planificación estratégica y el control gestión	• Bienvenida y presentación del silabo y cronograma de actividades: competencia, capacidades y contenidos. Normas de comportamiento y evaluación de los aprendizajes. • Introducción en el entorno del simulador Business Global, Estudio del Manual del simulador y formación de equipos de trabajo del curso. • Orientación y pautas para el desarrollo de la guía de la investigación formativa.	Sesión en línea N° 1 Evaluación diagnóstica Lectura-Manual BG	2	2	-	-	1.5
		• Actividad 1: Analiza e Identifica áreas de contenido, variables y funcionalidad del simulador de negocios Business Global. Formación de grupos de trabajo.	Sesión en línea 2 Trabajo en equipo Tutoría					
2	• El análisis estratégico y el desarrollo de estrategias.	• Planificación estratégica, instrumentos de apoyo a la gestión • Aplica una matriz de evaluación de los factores externos EFE e internos EFI y FODA de la compañía asignada en el simulador • Realiza el análisis estratégico del negocio a gestionar (simulador BG) y formula políticas y estrategias para Simulación de Prueba 1 (SP1)	Sesión en línea N° 3 Exposición interactiva Problematización	2	2	-	-	1.5
		• Tutoría: Revisa progreso en el simulador BG de cada alumno. • Actividad 2: Revisa la Guía de para el Desarrollo de la Investigación Formativa (GIF) (Elaboración de un informe de gestión de resultados).	Sesión en línea N° 4 Trabajo en equipo Tutoría					
3	• El Control de Gestión como Herramienta de Administración	• Presupuestos: Concepto y tipología de presupuestos • Conocimiento del entorno sectorial y de la empresa del caso de Simulación. • Realizar un Plan de negocios para la Simulación de Prueba SP1: Establecer.	Sesión en línea N° 5 Exposición dialogada	2	2	-	-	1.5
		• Actividad 3: Taller: Práctica BG Realiza simulación de prueba SP1. • Tutoría: Revisa progreso en el simulador BG a grupos asignados	Sesión en línea N°6 Taller sobre plan de Negocio SP1 Tutoría SP1					
4	• Diseño e Implementación del Proceso de Control de Gestión	• Indicadores de Gestión y herramientas de control de gestión • Análisis de indicadores como base de Diagnóstico de la gestión y propuesta de medidas correctivas • Análisis de Brechas de presupuestales y toma de decisiones	Sesión en línea N° 7 Exposición interactiva	2	2	-	-	1.5
		• Actividad 4: Taller: Análisis de resultados SP1, Revisa progreso en el simulador Business Global a grupos asignados. • Monitoreo I: Presentación del plan de investigación para el desarrollo del informe de gestión de resultados del plan estratégico	Sesión en línea No. 8 Taller sobre análisis de resultados y plan de Negocio SP1 Tutoría					

UNIDAD 2 LA CREACIÓN DE VALOR Y EL MARKETING								
CAPACIDAD: Propone estrategias orientadas al posicionamiento del producto en el mercado en diversos escenarios, con uso de la tecnología y sus posibles riesgos.								
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS		HORAS NO LECTIVAS		HTI
				HT	HP	HT	HP	
5	Evaluación y elección de estrategia de marketing.	- Análisis de indicadores clave de SP1, análisis de brechas presupuestales (presupuesto proyectado versus resultados reales). - Búsqueda de nuevas estrategias de marketing, teniendo como referencia la estructura del mercado. - Realiza planteamiento de nuevas decisiones para la Simulación de Prueba 2 (SP2)	Sesión en línea N° 9 Exposición dialogada Problematización	2	2	-	-	1.5
		Actividad 5: Taller: Realizar un Plan de negocios, para determinar el enfoque a seguir en la SP2 en el simulador Business Global Tutoría: Revisa progreso en el simulador Business Global a grupos asignados.	Sesión en línea N° 10 Taller sobre Informe de resultados SP1 y Plan de Negocio SP2					
6	Los métodos de proyección de demanda y el análisis de su impacto sobre áreas operativas.	Análisis y métodos de proyección de demanda y análisis de su impacto sobre áreas operativa y la relación con el plan estratégicos.	Sesión en línea N° 11 Trabajo en equipo	2	2	-	-	1.5
		Actividad 6: Dilema ético: Decisión entre dos propuestas técnicas una de bajo costo y desventajosa, y la otra de mayor precio, pero ventajosa. Reflexiona los valores institucionales de la USMP Taller: Práctica BG Realiza simulación de prueba SP2	Sesión en línea N° 12 Taller sobre dilema ético y reflexión de valores Taller SP2					
7	Plan de Marketing y su impacto en las áreas operativas y financieras.	- Realiza el análisis comparativo de los resultados, formula estrategias para diferentes periodos. - Realiza el análisis estratégico y plan estratégico, con proyección a futuro (4 años). - Utilizar una herramienta de IAG para generar posibles escenarios de cómo se pueden ver afectados el valor y la rentabilidad en su plan estratégico del caso de simulación.	Sesión en línea N° 13 Exposición interactiva Uso de IAG Perplexity/Claude	2	2	-	-	1.5
		Actividad 7: Taller: Realiza planteamiento de nuevas decisiones para la Ronda de Decisión Real (RD1).	Sesión en línea N° 14 Taller sobre ronda de decisiones RD1					
8	- El Plan de Marketing y los indicadores claves de rendimiento - Reforzamiento de temas críticos de la asignatura.	- Revisa y plantea modelo de seguimiento a los indicadores claves de rendimiento alineados a la estrategia empresarial elegida. Actividad 8: Revisión de estrategia y resultados de RD1, análisis de brechas presupuestales (proyectado versus resultados reales). - Presentación de análisis de resultados Ronda Decisión 1 (RD1-video). Monitoreo II: Presentación del Informe Parcial de resultados de gestión del plan estratégico (investigación formativa).	Sesión en línea N° 15 Presentación efectiva Asesoría académica Realimentación docente	2	2	-	-	1.5
	Examen parcial: Evalúa las capacidades de las unidades de aprendizaje 1 y 2.		Sesión en línea N° 16 Evaluación					

UNIDAD 3
LA GESTIÓN FINANCIERA Y EL CONTROL DE GESTIÓN

CAPACIDAD:

Planifica y gestiona estrategias competitivas, orientadas a la generación de valor a la empresa, a través de procesos de comunicación y colaboración digital

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS		HORAS NO LECTIVAS		HTI
				HT	HP	HT	HP	
09	• El Plan operativo y el impacto en la organización.	- El plan operativo y las decisiones de diseños de la estructura productiva. - Realiza el análisis comparativo de los resultados, revisa el plan operativo y plan de presupuesto desarrollado y propone ajustes.	Sesión en línea No. 17 Exposición – diálogo	2	2	-	-	1.5
		Actividad 9: Taller, Realiza planteamiento de nuevas decisiones para la Ronda de Decisión Real (RD2) - Tutoría: Absuelve consultas y retroalimenta los trabajos académicos	Sesión en línea No. 18 Taller sobre ronda de decisiones RD2 Tutoría					
10	• El Presupuesto y el impacto en la empresa.	- El presupuesto de ingresos, costos & gastos, inversiones y flujo de caja. - Realiza Gestión de Operaciones: plan y presupuesto de producción, cálculos de capacidad de planta, inventarios y medidas de mejora continua.	Sesión en línea No. 19 Exposición – diálogo	2	2	-	-	1.5
		Actividad 10: Taller: Revisión de resultados de la Ronda de Decisión Real (RD2) - Monitoreo III: Definición del esquema para la redacción final del informe de gestión de resultados.	Sesión en línea No. 20 Taller sobre ronda de decisiones RD2					
11	• XVIII Jornada de Intercambio de Experiencias Empresariales y de Negocios.	• Actividad 11: Elabora reportes de participación en los seminarios de discusión de la XVIII Jornada de Intercambio de Experiencias Empresariales y de Negocios.	Sesión en línea No. 21 Exposición – diálogo	2	2	-	-	1.5
			Sesión en línea No. 22 Reportes					
12	• El control operativo y los indicadores de rentabilidad.	- El control presupuestal e indicadores de rentabilidad. - Revisión de indicadores clave y su relación con las decisiones - Revisión de estrategia y resultados de la competencia, análisis de brechas presupuestales (proyectado versus resultados reales)	Sesión en línea No. 23 Exposición – diálogo	2	2	-	-	1.5
		Actividad 12: Taller: Realiza planteamiento de nuevas decisiones para la Ronda de Decisión Real (RD3) Monitoreo III: Presentación del Informe Parcial de resultados de gestión del plan estratégico (investigación formativa).	Sesión en línea No. 24 Taller sobre ronda de decisiones RD3 Tutoría	2	2	-	-	1.5

UNIDAD 4
LA PLANIFICACIÓN Y LA GESTIÓN DE OPERACIONES.

CAPACIDAD:

Gestiona información de diversa índole a través del uso de tecnología, aplicable en la toma de decisiones empresariales

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS		HORAS NO LECTIVAS		HTI
				HT	HP	HT	HP	
13	Evaluación y elección de estrategias de finanzas corporativas	- La Estrategia y el Flujo de Caja: Balance general; Estado de Resultados: Análisis vertical y horizontal-Indicadores financieros. - Revisión de estrategia y resultados de la competencia, análisis de brechas presupuestales (proyectado versus resultados reales) preparación ronda final y resultados finales.	Sesión en línea No. 25 Exposición – diálogo	2	2	-	-	1.5
		Actividad 13: Taller: Realiza planteamiento de nuevas decisiones para la Ronda de Decisión Real (RD4) - Utilice herramientas de IAG para evaluar el impacto de las decisiones tomadas en el simulador en el plan estratégico, en los aspectos de valor, rentabilidad, participación de mercado, ventas, valor de marca y valor de producto.	Sesión en línea No. 26 Taller sobre ronda de decisiones RD4 Uso de IAG Perplexity/Claude					
14	Análisis y evaluación de los indicadores financieros	- Análisis de indicadores financieros a lo largo de todos los periodos simulados. - Revisión de estrategia, revisión de brechas presupuestales proyectado versus resultado finales reales de la competencia acumulada y de todos los periodos. - Entrega del Informe Final de gestión de resultados RD1-RD4	Sesión en línea No. 27 Sesión en línea 14 Exposición – diálogo	2	2	-	-	1.5
		Actividad 14: Tutoría: Brinda realimentación sobre el Informe Final y revisión de presentación a utilizar para video final de presentación de resultados (inglés). Monitoreo IV: Presentación del informe de gestión de resultados del plan estratégico, según protocolo - Entrega del video final de presentación de resultados RD1 a RD4 (desarrollado en inglés)	Sesión en línea No. 28 Taller sobre Informe Final de gestión de resultados					
15	Comunicación de experiencias investigativas en la elaboración del plan estratégico empresarial.	Actividad 15: Realiza exposiciones interactivas sobre aspectos cognitivos, procedimentales y actitudinales manifestados en la elaboración del Plan estratégico empresarial. - Tutoría: Absuelve preguntas sobre la asignatura y las actividades.	Sesión Virtual N° 29 Problematización	2	2	-	-	1.5
			Sesión en línea No. 30 Video de presentación de resultados finales(inglés)					
16	Examen final: Tiene carácter integrador, evalúa la competencia de la asignatura y las capacidades de las cuatro unidades de aprendizaje		Sesión en línea No. 31 Evaluación	2	2	-	-	1.5
			Sesión en línea No. 22 Reporte					

V. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

- La actividad docente en las sesiones y experiencias independientes de aprendizaje se orienta al desarrollo de capacidades y logro de la competencia del perfil profesional de los graduados, en correspondencia al modelo educativo y enfoque pedagógico asumido por la USMP. Ello supone que la adquisición de conocimientos por el estudiante no es resultante de la transmisión de la información por el docente, sino que es una construcción individual del propio estudiante en un contexto social en el que se relacionan, de manera activa, las estructuras cognitivas ya existentes con los nuevos contenidos por aprender; aplicables en distintos contextos de desempeño personal y social, por lo que el estudiante es considerado el actor principal de su aprendizaje y el profesor un mediador, organizador y orientador de experiencias de aprendizaje que los estudiantes han de vivir, a lo largo de su formación.
- Según la naturaleza de la asignatura, el profesor podrá utilizar las estrategias de aprendizaje y enseñanza basado en problemas, las técnicas de la problematización y la contextualización de los contenidos educativos, el estudio de casos; la lectura comprensiva de textos impresos, visuales y audiovisuales (recensión), sesiones en línea, diversos tipos de foros; plataformas web para simulaciones y el análisis de información, así como diversas formas de comunicación educativa sincrónica, entre otras. Especial mención merece la aplicación del método investigativo orientado a la búsqueda creadora de información, que propicia en el estudiante un mayor nivel de independencia cognoscitiva y pensamiento crítico, acorde con las exigencias de la sociedad actual, caracterizada por el valor del conocimiento y su aplicación práctica en la solución de problemas que nos plantea la realidad y el desarrollo de la ciencia y la tecnología.

VI. RECURSOS DIDÁCTICOS

- Libros digitales, portafolio, sesiones en línea, simulador, foros, chats, correo, videos tutoriales, wikis, blogs, e-books, videos explicativos, organizadores visuales, presentaciones multimedia, herramientas de IA, entre otros.

VI. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

El sistema de evaluación del aprendizaje comprende:

- Evaluación diagnóstica.** Se realiza al inicio de la asignatura y de las sesiones de aprendizaje, para conocer los saberes que los estudiantes poseen a l emprender el estudio de los contenidos educativos programados y sirve al profesor para adoptar las decisiones académicas pertinentes. Su aplicación es de responsabilidad profesional en su función docente.
- Evaluación de proceso (EP).** Se realiza a través de la observación progresiva del desempeño del estudiante en la realización de la exigencia académica de la asignatura y las actividades de aprendizaje significativo previstas en el sílabo. ***Evalúa preferentemente el saber hacer y las actitudes*** de las capacidades demostradas por los estudiantes. Se consolida y reporta mensualmente al Sistema de Ingreso de Notas de la Facultad, en las fechas programadas. Tiene un peso de 50% para la nota final y resulta del promedio ponderado de las evaluaciones mensuales que corresponde al desempeño académico del estudiante: $EP = (EP1 \times 0.25) + (EP2 \times 0.25) + (EP3 \times 0.25) + (EP4 \times 0.25)$.
- Evaluación de resultados (ER).** Se realiza mediante la aplicación de un examen parcial (Ep) y otro examen final (Ef), elaborados técnicamente por el profesor, considerando los siguientes dominios de aprendizaje: a) conocimiento (manejo de información), b) comprensión, c) aplicación, d) análisis, e) síntesis y f) evaluación (juicio de valor), ***examinándose preferentemente el saber conceptual y el saber hacer***. Los resultados son reportados al Sistema de Ingreso de Notas de la Facultad, dos veces durante el semestre, en las fechas establecidas. Tiene un peso de 50% para la nota final y resulta del promedio ponderado de las dos evaluaciones escritas programadas: $ER = (Ep \times 0.4) + (Ef \times 0.6)$.

El **Promedio final (PF)** resulta de la aplicación de la siguiente fórmula: $PF = \frac{EP + ER}{2}$

VII. FUENTES DE INFORMACIÓN

- Reyes, O. (2012) *Planeación Estratégica para la Alta Dirección*, México: Ed. Palibrio.
- Silvestri, L. y -Vassolo, R. (2011). *Dirección estratégica en países emergentes*, Argentina, Ediciones Granica.
- Court, E y Tarradellas J (2010) *Mercado de capitales*, México: Pearson Educación.
- Castelló A. (2010) *Estrategias empresariales en la Web 2.0. Las redes sociales Online*, España: Editorial Club Universitario
- Muñoz, D. (2009), *Administración de operaciones. Enfoque de administración de procesos de negocios*, México: Cengage Learning Editores.
- Moncalvo, A. (2007), *Administración de negocios digitales*, Argentina: LibrosEnRed.

Sistematizado por: Hugo Álvarez Aranzamendi

Fecha: 30 de enero de 2025

Revisión Pedagógica: René Del Águila Riva