



GRY DECYZYJNE

KATALOG



DLACZEGO WARTO KORZYSTAĆ Z SYMULACJI BIZNESOWYCH?

I. GRY DECYZYJNE Z ZAKRESU MARKETINGU

1. Wprowadzenie do marketingu – rowery (Introduction to marketing – bikes)
2. Marketing strategiczny – rowery (Strategic marketing – bikes)
3. Zaawansowany marketing strategiczny – rowery (Advanced strategic marketing – bikes)

II. GRY DECYZYJNE Z ZAKRESU PODSTAW BIZNESU, STRATEGII I FINANSÓW

1. Podstawy biznesowe (Business fundamentals)
2. Wprowadzenie do rachunkowości i finansów (Introduction to accounting and finance)
3. Wprowadzenie do biznesu i strategii (Introduction to business and strategy)
4. Zaawansowane strategiczne zarządzanie przedsiębiorstwem (Advanced strategic corporate management)

III. GRY DECYZYJNE Z ZAKRESU ZARZĄDZANIA STRATEGICZNEGO

1. Strategiczne zarządzanie – rowery (Strategic management – bikes)
2. Świadomy kapitalizm (Conscious capitalism)
3. Zarządzanie przedsiębiorstwem (Business management)
4. Zintegrowane zarządzanie biznesowe (Integrated business management)

IV. GRY DECYZYJNE Z ZAKRESU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI I NOWYCH PRZEDSIĘWZIĘĆ

1. Strategia nowych przedsięwzięć rynku – rowery (Venture strategy – bikes)
2. Międzynarodowe zarządzanie przedsiębiorstwem (International corporate management)

V. GRY DECYZYJNE Z ZAKRESU ZAAWANSOWANEGO ZARZĄDZANIA STRATEGICZNEGO

1. Strategiczne zarządzanie przedsiębiorstwem (Strategic corporate management)
2. Zaawansowane strategiczne zarządzanie przedsiębiorstwem (Advanced strategic corporate management)
3. Międzynarodowe zarządzanie przedsiębiorstwem z outsourcingiem (International corporate management with outsourcing)

VI. GRY DECYZYJNE Z ZAKRESU ZARZĄDZANIA KANAŁEM I ŁAŃCUCHEM DOSTAW

1. Podstawy zarządzania łańcuchem dostaw (Fundamentals of supply chain management)
2. Podstawy zarządzania kanałem (Fundamentals of channel management)
3. Zarządzanie operacyjne (Operations management)
4. Łańcuch dostaw i zarządzanie kanałem (Supply chain and channel management)



„Doświadczaj w świecie symulacji,
wygrywaj w świecie rzeczywistym”

Dlaczego warto korzystać z symulacji biznesowych?

Interesujące wykłady, praktyczne sesje laboratoryjne i studia przypadków są niezbędnymi elementami dobrze zaprojektowanego programu rozwojowego dla obecnych i przyszłych menedżerów. Dostarczają one aktualną wiedzę, kształtują nowe umiejętności oraz określone postawy. Niestety, nie zapewniają doświadczenia.

To gry decyzyjne pozwalają uczestnikom eksperymentować ze strategiami biznesowymi oraz poczuć prawdziwe konsekwencje własnych działań w wirtualnym środowisku biznesowym. Umożliwiają przekucie teorii w praktykę, a to zwiększa pewność siebie i skuteczność w rzeczywistym świecie biznesu.

Gry decyzyjne to:

Szeroka oferta umożliwiająca dobór gry do konkretnych warsztatów

Marketplace Live to rodzina ponad 30 gier symulacyjnych opracowanych przez Innovative Learning Solutions Inc. wiodącego wydawcę internetowych rozwiązań edukacyjnych dla studentów biznesu oraz profesjonalistów korporacyjnych. Gry decyzyjne o zróżnicowanym stopniu zaawansowania są dostosowane do konkretnych warsztatów marketingowych, biznesowych i finansowych. Wszystkie symulacje Marketplace Live, choć urozmaicone tematycznie, mają ten sam standardowy wygląd, co w dużym stopniu ułatwia przechodzenie z jednej do drugiej.

Realistyczne sytuacje biznesowe

W symulacjach Marketplace Live uczestnicy mierzą się z decyzjami i sytuacjami, które występują w prawdziwym biznesie. To strategiczne i głęboko taktyczne warsztaty zachęcające do współpracy, komunikowania się i dostosowywania do nieoczekiwanych, zaskakujących sytuacji. Wizualizacja 3D pozwala na szybsze i lepsze uchwycenie kluczowych koncepcji biznesowych i zrozumienie rezultatów własnych działań. Zaawansowane pod względem wizualnym ekrany decyzyjne umożliwiają niemal rzeczywiste poczucie projektowanych i wprowadzanych na rynek produktów.

Integracja obszarów funkcjonalnych

W grach decyzyjnych uczestnicy zarządzają powiązaniami między wszystkimi obszarami funkcjonalnymi w firmie. Widzą, jak ich decyzje i działania wpływają na wyniki innych obszarów oraz całą organizację. Warsztaty na żywo pomagają uczestnikom w zrozumieniu, jak funkcjonuje firma,

a jednocześnie zapewniają wystarczająco dużo szczegółów, aby pomóc zrozumieć niuanse związane z marketingiem, zarządzaniem, finansami, rachunkowością, produkcją i sprzedażą. Powiązanie każdej decyzji z przepływem pieniężnymi i wynikami finansowymi firmy pozwala uczestnikom zobaczyć i poczuć na własnej skórze finansowe skutki własnych działań.

Skuteczna strategia uczenia się

W symulacjach biznesowych uczestnicy stopniowo budują biznes, a gra decyzyjna wprowadza nowe problemy, gdy stają się istotne. W kilku rundach gracze oceniają szanse rynkowe, wybierają strategię biznesową, opcje taktyczne i podejmują wiele decyzji z myślą o zyskowności. Działania biznesowe, takie jak planowanie, przepływ gotówki, tworzenie wartości w projektowaniu produktu, planowanie produkcji, analiza rentowności, planowanie strategiczne i zarządzanie, wymagają powtarzających się ćwiczeń, aby dostosować je do sposobu myślenia uczestników.

Najważniejsze zalety gier decyzyjnych

Ekscytacja



Uczestnicy mogą sprawdzić swoje umiejętności w grze interaktywnej, która pozwala im zanurzyć się w proces uczenia się. Strategiczne środowisko gier biznesowych wciąga i wzbogaca doświadczenie menedżerskie.

Motywacja



Symulacje biznesowe pozwalają uczestnikom eksperymentować ze strategiami biznesowymi i konkurować z innymi firmami, co stymuluje ducha rywalizacji, a współzawodnictwo z innymi napędza proces uczenia się.

Efektywność zdobywania wiedzy



Badania pokazują, że słuchacze pamiętają tylko 20% tego, co zostało im przekazane. Procent ten wzrasta aż do 80, jeśli proces uczenia się jest powiązany z praktycznym działaniem. W sytuacji, gdy uczestnicy gier decyzyjnych widzą wyniki swoich działań, zdobyta wiedza biznesowa staje się częścią ich naturalnego myślenia.

Wybierając symulację, decydujesz się na:

Efektywną metodologię nauczania

Metodologię nauczania symulacji biznesowych Live Marketplace opracował Ernest Cadotte, profesor marketingu na Uniwersytecie Tennessee. Dr Cadotte współpracował z wieloma firmami, aby stworzyć maksymalnie realistyczny model symulacyjny uwzględniający każdą funkcjonalną dziedzinę biznesu i ich wzajemne powiązania. Model symulacyjny stosowany w Marketplace Live jest stale udoskonalany od ponad 25 lat. To jedna z najbardziej zaawansowanych symulacji biznesowych na świecie.

Profesjonalną realizację

Wszystkie warsztaty symulacyjne prowadzone są przez Marketplace Simulations Certificated Business Trainer.

Łatwość w użyciu

Marketplace Live to aplikacja internetowa, do której uczestnicy mają dostęp z dowolnego komputera lub tabletu z łączem internetowym bez konieczności pobierania lub instalacji.

Elastyczny sposób realizacji

Każda symulacja może być zrealizowana w formie warsztatów stacjonarnych, warsztatów stacjonarnych połączonych z modułem online i wyłącznie online.

Dostęp do bezpłatnych materiałów szkoleniowych

Gry decyzyjne zawierają m.in. gotowe materiały informacyjne, wykłady, prezentacje, wskazówki do coachingu i banki danych.

Współpracę w zespole w rzeczywistym czasie

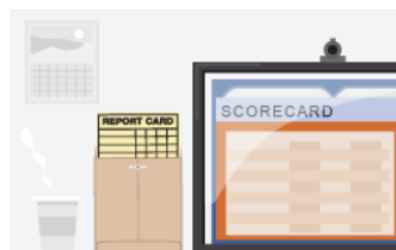
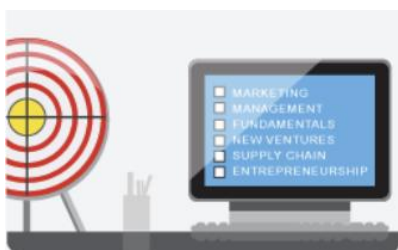
Dzięki wbudowanemu monitorowi czatu, poczty e-mail i pracy zespołowej symulacje biznesowe Marketplace Live ułatwiają współpracę online.

Gwarancja rozwoju

Organizacja Association to Advance Collegiate Schools of Business (AACSB) wymaga, aby szkoły biznesu określały swoje cele edukacyjne i mierzyły stopień ich realizacji. Symulacje biznesowe oferują wiele narzędzi oceny postępów uczestników.

Indywidualną wycenę

Cena każdej z gier jest ustalana indywidualnie w zależności od liczby jej uczestników, poziomu złożoności symulacji oraz czasu trwania gry.



1. Wprowadzenie do marketingu – rowery (Introduction to marketing – bikes)

Gra decyzyjna ukierunkowana na praktyczne wykorzystanie podstawowych metod i narzędzi zarządzania marketingiem. W zależności od potrzeb klientów uczestnicy formułują strategię marketingową i podejmują decyzje dotyczące marki, ceny, reklamy i dystrybucji. Opinie klientów, dane konkurencji i raporty dotyczące rentowności pozwalają graczom na korygowanie strategii w dynamicznym i wysoce konkurencyjnym środowisku.

Wykorzystanie

Warsztaty z podstaw marketingu.

Symulacja zapewnia uczestnikom zdobycie doświadczenia w rozwijaniu i realizowaniu strategii marketingowej w zakresie

- › Analizy możliwości rynkowych
- › Rozwoju marki
- › Reklamy
- › Polityki cenowej
- › Zarządzania sprzedażą
- › Prognozowania i analizy rentowności
- › Marketingu internetowego
- › Wykorzystania zrównoważonej karty wyników

Fabula

W symulacji uczestnicy otrzymają intrygujące zadanie dotyczące zarządzania nowym działem marketingu dużej firmy rowerowej. Ich celem jest wdrożenie nowatorskiej technologii związanej z zastosowaniem bardziej ekonomicznej formy włókna węglowego oraz zaawansowanej drukarki 3D wykorzystującej nowy materiał do budowy ramy rowerowej o dowolnej wielkości i kształcie. Umożliwi to produkcję mocnych oraz lekkich rowerów dostosowanych do rozmiaru i potrzeb każdego klienta. Sprzęt produkcyjny będzie można ustawić w magazynach lokalnych przy otwieranych sklepach rowerowych. Rozproszona produkcja pozwoli wyeliminować większość zapasów i zmniejszyć w ten sposób koszty dystrybucji.

Uczestnicy mają 1,5 roku, aby zrealizować zadanie oraz uzyskać zwrot z inwestycji.

Ocena pracy zespołu

Ocena opiera się na zrównoważonej karcie wyników, która mierzy zyskowność, zadowolenie klienta, udział w docelowych segmentach rynku, perspektywy rozwojowe firmy oraz majątek.

Czas trwania

6 decyzji = 8 godz.

2. Marketing strategiczny – rowery (Strategic marketing – bikes)

Gra decyzyjna ukierunkowana na praktyczne zastosowanie metod i narzędzi zarządzania marketingowego z uwzględnieniem szerszego zakresu decyzji. W zależności od potrzeb klientów uczestnicy formułują strategię marketingową i podejmują decyzje dotyczące marki, ceny, reklamy i dystrybucji. Realizując przyjętą strategię marketingową, gracze mają do dyspozycji więcej segmentów rynku, produktów, opcji reklamowych, punktów sprzedaży oraz raportów rynkowych. Gra pozwala również na więcej sposobów planowania zasobów oraz na wykorzystanie zaawansowanych technik marketingowych, takich jak promocje marek i zachęty dla sprzedawców.

Wykorzystanie

Warsztaty z podstaw strategii marketingowej oraz zarządzania projektami marketingowymi.

Symulacja zapewnia uczestnikom zdobycie doświadczenia w rozwijaniu i realizowaniu kompletnej strategii marketingowej w zakresie

- › Analizy możliwości rynkowych
- › Rozwoju marki
- › Reklamy
- › Polityki cenowej
- › Zarządzania sprzedażą
- › Prognozowania i analizy rentowności
- › Marketingu internetowego
- › Wykorzystania zrównoważonej strategicznej karty wyników

Fabula

W symulacji uczestnicy otrzymują interesujące zadanie dotyczące zarządzania nowym działem marketingu dużej firmy rowerowej. Ich celem jest wdrożenie nowatorskiej technologii związanej z zastosowaniem bardziej ekonomicznej formy włókna węglowego oraz zaawansowanej drukarki 3D wykorzystującej nowy materiał do budowy ramy rowerowej o dowolnej wielkości i kształcie. Umożliwi to produkcję mocnych oraz lekkich rowerów dostosowanych do rozmiaru i potrzeb każdego klienta. Sprzęt produkcyjny będzie można ustawić w zwykłych magazynach lokalnych przy otwieranych sklepach rowerowych. Rozproszona produkcja pozwoli wyeliminować większość zapasów i zmniejszyć w ten sposób koszty dystrybucji.

Uczestnicy mają 2 lata na rozwinięcie firmy tak, aby stała się samowystarczalna i zapewniła zyski.

Ocena pracy zespołu

Ocena opiera się na zrównoważonej karcie wyników, która mierzy zyskowność, zadowolenie klienta, udział w docelowych segmentach rynku, perspektywy rozwojowe firmy oraz majątek.

Czas trwania

8 decyzji = 16 godz.

3. Zaawansowany marketing strategiczny – rowery (Advanced strategic marketing – bikes)

Gra decyzyjna ukierunkowana na praktyczne wykorzystanie zaawansowanych metod i narzędzi zarządzania marketingiem. W zależności od potrzeb klientów uczestnicy formułują wstępną strategię marketingową i podejmują decyzje dotyczące marki, ceny, reklamy i dystrybucji. Dysponują przy tym bardziej złożonymi danymi z badań rynkowych, większą liczbą regionów do rozwoju dystrybucji oraz większymi możliwościami w zakresie projektowania marki i reklamy.

Wykorzystanie

Warsztaty z zaawansowanej strategii marketingowej, zarządzania marketingowego, finansów oraz efektywności inwestycji

Symulacja zapewnia uczestnikom zdobycie doświadczenia w rozwijaniu i realizowaniu kompletnej strategii marketingowej w zakresie

- › Analizy możliwości rynkowych
- › Rozwoju marki
- › Reklamy
- › Polityki cenowej
- › Zarządzania sprzedażą
- › Prognozowania i analizy rentowności
- › Marketingu internetowego
- › Zrównoważonej strategicznej karty wyników

Fabula

W symulacji uczestnicy otrzymują interesujące zadanie dotyczące zarządzania nowym działem marketingu dużej firmy rowerowej. Ich celem jest wdrożenie nowatorskiej technologii związanej z zastosowaniem bardziej ekonomicznej formy włókna węglowego oraz zaawansowanej drukarki 3D wykorzystującej nowy materiał do budowy ramy rowerowej o dowolnej wielkości i kształcie. Umożliwi to produkcję mocnych oraz lekkich rowerów dostosowanych do rozmiaru i potrzeb każdego klienta. Sprzęt produkcyjny będzie można ustawić w zwykłych magazynach lokalnych przy otwieranych sklepach rowerowych. Rozproszona produkcja pozwoli wyeliminować większość zapasów i zmniejszyć w ten sposób koszty dystrybucji.

Uczestnicy mają 2 lata na rozwinięcie firmy tak, aby stała się samowystarczalna i zapewniła zyski.

Ocena pracy zespołu

Ocena opiera się na zrównoważonej karcie wyników, która mierzy zyskowność, zadowolenie klienta, udział w docelowych segmentach rynku, perspektywy rozwojowe firmy oraz majątek.

Czas trwania

8 decyzji = 16 godz.

1. Podstawy biznesowe (Business fundamentals)

Gra decyzyjna ukierunkowana na praktyczne poznanie podstaw biznesu, zanim uczestnicy zdecydują się na jego zawodowe prowadzenie.

Wykorzystanie

Warsztaty z prowadzenia biznesu

Symulacja zapewnia uczestnikom zdobycie doświadczenia w wykorzystaniu podstawowych metod i narzędzi biznesowych, w tym

- › Marketingu
- › Dystrybucji
- › Sprzedaży
- › Zasobów ludzkich
- › Produkcji
- › Finansów i rachunkowości
- › Zrównoważonej strategicznej karty wyników

Fabula

W symulacji uczestnicy otrzymują interesujące zadanie dotyczące założenia i rozwinięcia firmy na rynku. Na rozpoczęcie działalności otrzymują kapitał początkowy, będą jednak dysponowali ograniczonymi zasobami finansowymi. Ponoszą przy tym pełną odpowiedzialność za zarządzanie finansami firmy. W trakcie symulacji uczestnicy budują fabrykę, otwierają biura sprzedaży, zatrudniają sprzedawców, projektują produkty i kampanie reklamowe, przygotowują prognozy popytu, kupują moce produkcyjne oraz planują produkcję swoich marek. W miarę rozwoju gry mogą wprowadzać ulepszone produkty z nową technologią oraz rozszerzać dystrybucję i moce produkcyjne, aby zmaksymalizować ich wydajność.

Uczestnicy mają 4 kwartały na rozwinięcie firmy tak, aby stała się samowystarczalna i zapewniła zyski.

Ocena pracy zespołu

Ocena opiera się na zrównoważonej karcie wyników, która mierzy zyskowność, zadowolenie klienta, udział w docelowych segmentach rynku, zarządzanie zasobami ludzkimi, zarządzanie aktywami, ryzyko finansowe, możliwości rozwoju i majątek.

Czas trwania

4 decyzje = 8 godz.

2. Wprowadzenie do rachunkowości i finansów

Gra decyzyjna ukierunkowana na praktyczne wykorzystanie podstawowych metod i narzędzi zarządzania finansami w firmie w kontekście realizowanej strategii. Zarządzanie każdą strategią przekłada się na zarządzanie finansami, dlatego uczestnicy muszą starannie zarządzać swoimi zasobami finansowymi i inwestować w te działania, które przyniosą najwyższą stopę zwrotu.

Wykorzystanie

Warsztat z podstaw strategii oraz rachunkowości i finansów

Symulacja zapewnia uczestnikom zdobycie doświadczenia w zakresie:

- › Marketingu
- › Dystrybucji
- › Sprzedaży
- › Zasobów ludzkich
- › Produkcji
- › Finansów i rachunkowości
- › Zrównoważonej strategicznej karty wyników

Fabula

W symulacji uczestnicy otrzymują interesujące zadanie założenia i rozwoju firmy na rynku tak, aby uzyskać w okresie dwóch lat zwrot z tej inwestycji.

Gracze dysponują kapitałem początkowym na rozpoczęcie działalności, ale zasoby finansowe są ograniczone. Ponoszą jednocześnie pełną odpowiedzialność księgową. Otrzymują również zestaw narzędzi do analizy wyników, pozwalający ocenić opłacalność sprzedaży poszczególnych marek, utrzymania regionów sprzedaży oraz wdrażania nowych inwestycji.

Po kilku kwartałach w biznesie firmy uczestników mogą otrzymać dodatkowe fundusze od inwestora zewnętrznego, które mogą zainwestować w prace badawczo-rozwojowe, ulepszone produkty, rozbudowę dystrybucji oraz zwiększenie mocy produkcyjnych. Uczestnicy mają 1,5 roku na rozwinięcie firmy tak, aby stała się samowystarczalna i zapewniła zyski.

Ocena pracy zespołu

Ocena opiera się na zrównoważonej karcie wyników, która mierzy rentowność, zadowolenie klienta, udział w docelowych segmentach rynku, zarządzanie zasobami ludzkimi, zarządzanie aktywami, zwrot z inwestycji, ryzyko finansowe, możliwości rozwoju i majątek.

Czas trwania

4 decyzje = 8 godz.

3. Wprowadzenie do biznesu i strategii (Introduction to business and strategy)

Gra decyzyjna ukierunkowana na praktyczne wykorzystanie metod i narzędzi z podstaw zarządzania i strategii, decyzji inwestycyjnych w zakresie badań i rozwoju oraz wyborów dotyczących źródeł finansowania. Uczestnicy koncentrują się na rozwoju i zarządzaniu strategią firmy na przestrzeni czasu z uwzględnieniem jej wszystkich obszarów funkcjonalnych.

Wykorzystanie

Warsztat z biznesu, strategii i/lub polityki biznesowej

Symulacja zapewnia uczestnikom zdobycie doświadczenia w stosowaniu podstawowych koncepcji biznesu i strategii w zakresie:

- › Marketingu
- › Dystrybucji
- › Zasobów ludzkich
- › Produkcji
- › Finansów i rachunkowości
- › Wykorzystania zrównoważonej strategicznej karty wyników

Fabula

W symulacji uczestnicy otrzymują kapitał założycielski na rozpoczęcie działalności. Będą prowadzić całkowicie zintegrowaną firmę, która zajmie się wszystkim, od marketingu po produkcję poprzez zarządzanie zasobami ludzkimi. W trakcie gry uczestnicy budują fabrykę, decydują o kanałach dystrybucji, projektują produkty oraz kampanie reklamowe. Zatrudniają sprzedawców i decydują o ich wynagrodzeniach, zajmują się prognozami popytu oraz prostym procesem planowania produkcji. Po kilku kwartałach prowadzenia biznesu mogą otrzymać dodatkowe fundusze od inwestora zewnętrznego, które będą mogli zainwestować w prace badawczo-rozwojowe nad nowymi technologiami, rozwój dystrybucji oraz mocy produkcyjnych, aby zmaksymalizować wydajność. Uczestnicy mają 1,5 roku na rozwinięcie firmy tak, aby stała się samowystarczalna i zapewniła zyski.

Ocena pracy zespołu

Ocena opiera się na zrównoważonej karcie wyników, która mierzy rentowność, zadowolenie klienta, udział w docelowych segmentach rynku, zarządzanie zasobami ludzkimi, zarządzanie aktywami, zwrot z inwestycji, ryzyko finansowe, możliwości rozwoju i majątek.

Czas trwania

6 decyzji = 12 godz.

4. Zaawansowane strategiczne zarządzanie przedsiębiorstwem (Advanced strategic corporate management)

Gra decyzyjna ukierunkowana na praktyczne wykorzystanie metod i narzędzi zaawansowanego zarządzania firmą na rynku globalnym. Uczestnicy zajmą się złożonymi kwestiami strategicznymi i taktycznymi we wszystkich obszarach funkcjonalnych firmy. Dążąc do odniesienia sukcesu, będą musieli również radzić sobie ze zmianami w otoczeniu gospodarczym i politycznym poszczególnych regionów.

Wykorzystanie

Warsztaty z zarządzania firmą na rynku globalnym

Symulacja zapewnia uczestnikom zdobycie doświadczenia w zakresie:

- › Marketingu
- › Dystrybucji
- › Zasobów ludzkich
- › Produkcji
- › Finansów i rachunkowości
- › Wykorzystania zrównoważonej strategicznej karty wyników

Fabula

W symulacji uczestnicy otrzymują kapitał założycielski na rozpoczęcie działalności. Będą prowadzić całkowicie zintegrowaną firmę, która zajmie się wszystkim, od marketingu po produkcję poprzez zarządzanie zasobami ludzkimi. W trakcie gry uczestnicy budują fabrykę, decydują o kanałach dystrybucji, projektują produkty oraz kampanie reklamowe. Zatrudniają sprzedawców i decydują o ich wynagrodzeniach, zajmują się prognozami popytu oraz prostym procesem planowania produkcji. Po kilku kwartałach prowadzenia biznesu mogą otrzymać dodatkowe fundusze od inwestora zewnętrznego, które będą mogli zainwestować w prace badawczo-rozwojowe nad nowymi technologiami, rozwój dystrybucji oraz mocy produkcyjnych, aby zmaksymalizować wydajność. Uczestnicy mają 1,5 roku na rozwinięcie firmy tak, aby stała się samowystarczalna i zapewniła zyski.

Ocena pracy zespołu

Ocena opiera się na zrównoważonej karcie wyników, która mierzy rentowność, zadowolenie klienta, udział w docelowych segmentach rynku, zarządzanie zasobami ludzkimi, zarządzanie aktywami, zwrot z inwestycji, ryzyko finansowe, możliwości rozwoju i majątek.

Czas trwania

8 decyzji = 16 godz.

1. Strategiczne zarządzanie rowerami (strategic management – bikes)

Gra decyzyjna ukierunkowana na praktyczne wykorzystanie metod i narzędzi zarządzania strategią biznesową na przestrzeni czasu we wszystkich obszarach funkcjonalnych firmy. Dążąc do osiągnięcia sukcesu, uczestnicy koncentrują się na wykorzystywaniu nowych technologii.

Wykorzystanie

Warsztaty z zarządzania strategicznego

Symulacja zapewnia uczestnikom zdobycie doświadczenia w zakresie

- | | |
|---|---|
| › Zarządzania strategicznego | › Zarządzania produkcją |
| › Projektowania marki | › Rachunkowości |
| › Zarządzania polityką cen | › Zarządzania finansami |
| › Zarządzania kampaniami reklamowymi | › Inwestowania |
| › Zarządzania marketingiem internetowym | › Zarządzania ryzykiem |
| › Zarządzania sprzedażą | › Wykorzystania zrównoważonej strategicznej karty wyników |
| › Zarządzania zasobami ludzkimi | |

Fabula

W symulacji uczestnicy inwestują kapitał początkowy w uruchomienie innowacyjnej firmy. Jej celem jest wdrożenie nowatorskiej technologii związanej z wykorzystaniem bardziej ekonomicznej formy włókna węglowego oraz zaawansowanej drukarki 3D wykorzystującej nowy materiał do budowy ramy rowerowej o dowolnej wielkości i kształcie.

Rowery produkowane w nowej technologii są lekkie, mocne i niedrogie oraz można je dostosować do wymagań fizycznych i użytkowych każdego klienta. W związku z faktem, iż drukarki 3D umożliwiają produkcję na zamówienie, nie ma potrzeby przechowywania zapasów w żadnym miejscu łańcucha dostaw. Dzięki temu koszty finansowania i przechowywania są wyeliminowane.

Uczestnicy będą mieli ograniczone zasoby finansowe oraz pełną odpowiedzialność za zarządzanie finansami. Będą projektować i produkować marki oraz rozwijać kampanie reklamowe i kampanie marketingu internetowego. Uruchomią kanały dystrybucji i zbudują zakład produkcyjny. Zatrudnią pracowników oraz decydować będą o ich wynagrodzeniach. Zajmą się również sporządzaniem prognoz popytu i planowaniem produkcji.

Po fazie testów marketingowych uczestnicy będą mogli pozyskać dodatkowe fundusze od inwestora zewnętrznego. W zależności od podjętych decyzji zainwestują je w prace badawczo-rozwojowe, rozwój dystrybucji oraz zwiększenie mocy produkcyjnych. Uczestnicy mają 1,5 roku na rozwinięcie firmy tak, aby stała się samowystarczalna i zapewniła zyski.

Ocena pracy zespołu

Ocena opiera się na zrównoważonej karcie wyników, która mierzy zyskowność, zadowolenie klienta, udział w docelowych segmentach rynku, zarządzanie zasobami ludzkimi, zarządzanie aktywami, ryzyko finansowe, możliwości rozwoju i majątek.

Czas trwania

6 decyzji = 16 godz.

2. Świadomy kapitalizm (Conscious capitalism)

Gra decyzyjna ukierunkowana na praktyczne wykorzystanie metod i narzędzi zarządzania strategicznego, ze szczególnym uwzględnieniem społecznej odpowiedzialności biznesu. Uczestnicy muszą wziąć pod uwagę wszystkich interesariuszy firmy oraz zająć się kwestiami HR, etycznymi, środowiskowymi i zrównoważonego rozwoju. Gra stawia przed uczestnikami obowiązek prowadzenia świadomego biznesu w przeciwieństwie do tradycyjnego paradygmatu biznesowego maksymalizującego zyski.

Wykorzystanie

Warsztaty z zielonego zarządzania, społecznej odpowiedzialności biznesu, etyki i odpowiedzialności korporacyjnej, etyki biznesu, zrównoważonego globalnego przedsiębiorstwa, zarządzania środowiskowego dla biznesu oraz rozwoju międzynarodowego (środowisko, zrównoważony rozwój i polityka)

Symulacja zapewnia uczestnikom zdobycie doświadczenia w zakresie

- › Rozwiązywania problemów związanych z morale pracowników, niezawodnością produktów, ochroną środowiska i zdrowia
- › Zarządzania marketingiem
- › Zarządzania rozwojem produktów
- › Zarządzania kanałami sprzedaży tradycyjnej i internetowej
- › Zarządzania zasobami ludzkimi
- › Zarządzania finansami
- › Zarządzania operacyjnego

Fabula

W symulacji uczestnicy otrzymują kapitał założycielski na rozpoczęcie działalności. W trakcie gry będą zarządzać całkowicie zintegrowaną firmą. Budują fabrykę, otwierają biura sprzedaży, uruchamiają witrynę internetową, projektują produkty oraz kampanie reklamowe. Zatrudniają pracowników i decydują o ich wynagrodzeniach, zajmują się prognozą popytu, planowaniem produkcji oraz kontrolą jakości.

Po pierwszym symulowanym roku działalności będą mogli otrzymać dodatkowe fundusze od inwestora zewnętrznego. Zainwestują je w badania i rozwój, unowocześnienie produktów, rozszerzenie dystrybucji oraz zwiększenie mocy produkcyjnych, tak aby zmaksymalizować wydajność w drugim roku działalności. Rynek międzynarodowy będzie się nieustannie zmieniać w zależności od lokalnych i światowych warunków ekonomicznych.

Celem jest osiągnięcie rentownego świadomego biznesu, który harmonizuje interesy pracowników, klientów, dostawców. Uczestnicy mają 1,5 roku na rozwinięcie firmy tak, aby stała się samowystarczalna i zapewniła zyski.

Ocena pracy zespołu

- › Twarde wskaźniki (zrównoważona karta wyników) mierzące rentowność, zadowolenie klienta, udział w docelowych segmentach rynku, zarządzanie zasobami ludzkimi i aktywami, ryzyko finansowe, możliwości rozwoju i majątek.
- › Miękkie wskaźniki mierzące stopień świadomego działania każdej firmy w zakresie zaspokajania wszystkich wartości interesariuszy.

Czas trwania

6 decyzyj = 16 godz.

3. Zarządzanie przedsiębiorstwem (Business management)

Gra decyzyjna ukierunkowana na wykorzystanie metod i narzędzi zarządzania marką produktu w środowisku globalnym. Uczestnicy analizują, w jaki sposób marketing koordynuje wszystkie funkcje biznesu, oraz podejmują decyzje finansowe i produkcyjne.

Wykorzystanie

Warsztat z zarządzania marką produktów w środowisku globalnego rynku

Symulacja zapewnia uczestnikom zdobycie doświadczenia w podejmowaniu trudnych decyzji w zakresie

- › Zarządzania zaawansowanym marketingiem
- › Zarządzania rozwojem produktu
- › Zarządzania zaawansowaną produkcją
- › Zarządzania finansami
- › Kontroli jakości
- › Negocjacji z partnerami biznesowymi
- › Analizy finansowej
- › Wykorzystania zrównoważonej strategicznej karty wyników

Fabula

W symulacji uczestnicy otrzymują kapitał założycielski na rozpoczęcie działalności. Będą prowadzić całkowicie zintegrowaną firmą, która zajmie się wszystkim, od marketingu po produkcję poprzez zarządzanie zasobami ludzkimi. W trakcie gry uczestnicy budują fabrykę, otwierają biura sprzedaży, uruchamiają witrynę internetową, projektują produkty, kampanie reklamowe oraz zatrudniają pracowników. Będą również zajmować się prognozami popytu, harmonogramami produkcji oraz kwestiami kontroli jakości.

Po pierwszym symulowanym roku mogą otrzymać dodatkowe fundusze od inwestora zewnętrznego, które zainwestują w prace badawczo-rozwojowe nad nowymi technologiami, rozwój dystrybucji oraz mocy produkcyjnych, tak aby zmaksymalizować wydajność.

Uczestnicy mają 2 lata na rozwinięcie firmy tak, by stała się samowystarczalna i zapewniła zyski.

Ocena pracy zespołu

Ocena opiera się na zrównoważonej karcie wyników, która mierzy zyskowność, zadowolenie klienta, udział w docelowych segmentach rynku, zarządzanie zasobami ludzkimi, zarządzanie aktywami, ryzyko finansowe, możliwości rozwoju i majątek.

Czas trwania

8 decyzji = 16 godz.

4. Zintegrowane zarządzanie biznesowe (Integrated business management)

Gra decyzyjna ukierunkowana na wykorzystanie metod i narzędzi zarządzania zintegrowanym przedsiębiorstwem na rynku globalnym. Uczestnicy zajmują się złożonymi kwestiami strategicznymi i taktycznymi we wszystkich obszarach funkcjonalnych. Sukces wymaga użycia wielu koncepcji biznesowych i analitycznych.

Wykorzystanie

Warsztaty ze zintegrowanego zarządzania firmą w konkurencyjnym środowisku globalnego rynku

Symulacja zapewnia zdobycie doświadczenia w zakresie

- › Zarządzania firmą na rynku globalnym
- › Zarządzania zaawansowanym marketingiem
- › Zarządzania rozwojem produktu
- › Zarządzania zaawansowaną produkcją
- › Zarządzania finansami
- › Kontroli jakości
- › Negocjacji z partnerami biznesowymi
- › Analizy finansowej
- › Wykorzystania zrównoważonej strategicznej karty wyników

Fabula

W symulacji uczestnicy otrzymują kapitał założycielski na rozpoczęcie działalności. Będą prowadzić całkowicie zintegrowaną firmę, która zajmie się wszystkim, od marketingu po produkcję poprzez zarządzanie zasobami ludzkimi. W trakcie symulacji uczestnicy budują fabrykę, otwierają biura sprzedaży, projektują produkty, kampanie reklamowe oraz zatrudniają pracowników. Zajmują się prognozami popytu, harmonogramami produkcji oraz kwestiami kontroli jakości. Po pierwszym symulowanym roku uczestnicy mogą otrzymać dodatkowe fundusze od inwestora strategicznego, które zainwestują w prace badawczo-rozwojowe nad nowymi technologiami, rozwój dystrybucji oraz mocy produkcyjnych, tak aby zmaksymalizować wydajność. Uczestnicy mają 2 lata na rozwinięcie firmy tak, by stała się samowystarczalna i zapewniła zyski.

Ocena pracy zespołu

Ocena opiera się na zrównoważonej karcie wyników, która mierzy zyskowność, zadowolenie klienta, udział w docelowych segmentach rynku, zarządzanie zasobami ludzkimi, zarządzanie aktywami, ryzyko finansowe, możliwości rozwoju i majątek.

Czas trwania

8 decyzji = 16 godz.

1. Strategia nowych przedsięwzięć rynku rowerowego (Venture strategy –bikes)

Gra decyzyjna ukierunkowana na praktyczne wykorzystanie metod i narzędzi rozwoju i strategii przedsiębiorczości innowacyjnej firmy. Dążąc do osiągnięcia sukcesu, uczestnicy muszą dobierać efektywne narzędzia zarządzania.

Wykorzystanie

Warsztaty z nowych przedsięwzięć, przedsiębiorczości, zarządzania firmą, polityką biznesową oraz projektami

Symulacja obejmująca wszystkie aspekty przedsiębiorczości zapewnia uczestnikom zdobycie doświadczenia w zakresie

- › Zarządzania strategicznego
- › Projektowania marki
- › Polityki cenowej
- › Projektowania reklamy i umieszczania jej w multimedialach
- › Marketingu internetowego
- › Zarządzania siłą sprzedaży
- › Zarządzania zasobami ludzkimi
- › Zarządzania produkcją
- › Zarządzania dystrybucją
- › Przepływu gotówki
- › Inwestowania i pozyskiwania środków
- › Reagowania na niespodzianki rynkowe
- › Wykorzystania zrównoważonej strategicznej karty wyników

Fabula

W symulacji uczestnicy inwestują kapitał początkowy w uruchomienie innowacyjnej firmy. Jej celem jest wdrożenie nowatorskiej technologii związanej z zastosowaniem bardziej ekonomicznej formy włókna węglowego oraz zaawansowanej drukarki 3D wykorzystującej nowy materiał do budowy ramy rowerowej o dowolnej wielkości i kształcie.

Rowerzy produkowane w nowej technologii są lekkie, mocne i niedrogie oraz można je dostosować do wymagań fizycznych i użytkowych każdego klienta. W związku z faktem, iż drukarki 3D umożliwiają produkcję na zamówienie, nie ma potrzeby przechowywania zapasów w żadnym miejscu łańcucha dostaw. Dzięki temu koszty finansowania i przechowywania są wyeliminowane.

Uczestnicy będą mieli ograniczone zasoby finansowe oraz pełną odpowiedzialność za zarządzanie finansami. Będą projektować i produkować marki oraz rozwijać kampanie reklamowe i kampanie marketingu internetowego. Uruchomią kanały dystrybucji, zbudują zakład produkcyjny, zatrudnią pracowników oraz zdecydują, jakie będą wynagrodzenia. Sporządzą również prognozy popytu i zaplanują produkcję.

Po fazie testów marketingowych uczestnicy mogą pozyskać dodatkowe fundusze od inwestora zewnętrznego. W zależności od podjętych decyzji zainwestują je w prace badawczo-rozwojowe, rozwój dystrybucji oraz zwiększenie mocy produkcyjnych. Uczestnicy mają 1,5 roku na rozwinięcie firmy tak, aby stała się samowystarczalna i zapewniła zyski z prowadzonej działalności.

Ocena pracy zespołu

Ocena opiera się na zrównoważonej karcie wyników, która mierzy zyskowność, zadowolenie klienta, udział w docelowych segmentach rynku, zarządzanie zasobami ludzkimi, zarządzanie aktywami, ryzyko finansowe, możliwości rozwoju i majątek.

Czas trwania

6 decyzji = 16 godz.

2. Międzynarodowe zarządzanie przedsiębiorstwem (International corporate management)

Gra symulacyjna ukierunkowana na praktyczne wykorzystanie metod i narzędzi związanych z zarządzaniem rozwojem firmy na globalnym rynku. Uczestnicy muszą rozwiązywać złożone problemy strategiczne i taktyczne we wszystkich obszarach funkcjonalnych firmy w odpowiedzi na zmieniające się problemy międzynarodowe. Ta symulacja uwzględnia silny element międzynarodowy, dotyczący sytuacji gospodarczych i politycznych w różnych częściach świata. Niestabilna sytuacja gospodarcza i polityczna powoduje wahania kursów walut i popytu w różnych regionach, co z kolei wpływa na atrakcyjność i koszty prowadzenia działalności na poszczególnych rynkach. Uczestnicy będą musieli uwzględniać w planowaniu swojego biznesu wpływ zmieniających się trendów w stosunkach międzynarodowych i warunkach ekonomicznych.

Wykorzystanie

Warsztaty z nowych przedsięwzięć, przedsiębiorczości, zarządzania firmą, polityką biznesową oraz projektami

Symulacja zapewnia uczestnikom zdobycie doświadczenia w zakresie

- | | |
|--|---|
| › Zaawansowanego marketingu | › Rachunkowości |
| › Zarządzania rozwojem produktu | › Zarządzania finansami |
| › Zarządzania dystrybucją | › Prowadzenia negocjacji z partnerami biznesowymi |
| › Zarządzania zaawansowaną produkcją | › Analizy finansowej |
| › Kontroli jakości | › Wykorzystania zrównoważonej strategicznej karty wyników |
| › Zarządzania zasobami ludzkimi | |
| › Zarządzania sprzedażą tradycyjną i internetową | |

Fabula

W symulacji uczestnicy otrzymują kapitał założycielski na rozpoczęcie działalności. Prowadzą całkowicie zintegrowaną firmę, która zajmie się wszystkim, od marketingu po produkcję poprzez zarządzanie zasobami ludzkimi. W trakcie symulacji gracze budują fabrykę, otwierają biura sprzedaży, projektują produkty oraz kampanie reklamowe i marketingowe. Zatrudniają pracowników oraz decydują o ich wynagrodzeniach. Zajmują się sporządzaniem planów strategicznych, opracowywaniem prognoz popytu oraz ustalaniem harmonogramów produkcji i kontrolą jakości. Po pierwszym symulowanym roku prowadzenia firmy uczestnicy mogą otrzymać dodatkowe fundusze od inwestora zewnętrznego, które zainwestują w prace badawczo-rozwojowe nad nowymi technologiami, rozwój dystrybucji oraz zwiększenie mocy produkcyjnych, tak aby zmaksymalizować wydajność w kolejnych latach. Rynek międzynarodowy nieustannie się zmienia. Potencjał rynkowy wzrośnie i spadnie zgodnie z lokalnymi i światowymi warunkami ekonomicznymi. Uczestnicy mają od 2 do 3 lat na rozwinięcie firmy tak, aby stała się samowystarczalna i zapewniła zyski.

Ocena pracy zespołu

Ocena opiera się na zrównoważonej karcie wyników, która mierzy zyskowność, zadowolenie klienta, udział w docelowych segmentach rynku, zarządzanie zasobami ludzkimi, zarządzanie aktywami, ryzyko finansowe, możliwości rozwoju i majątek.

Czas trwania

od 8 do 12 decyzji = od 16 do 24 godz.

1. Strategiczne zarządzanie przedsiębiorstwem (Strategic corporate management)

Gra decyzyjna ukierunkowana na praktyczne wykorzystanie metod i narzędzi działania firmy na rynku globalnym. Uczestnicy muszą zajmować się złożonymi kwestiami strategicznymi i taktycznymi we wszystkich obszarach funkcjonalnych.

Wykorzystanie

Warsztaty z zaawansowanego zarządzania zintegrowaną firmą oraz zarządzania ryzykiem

Symulacja zapewnia uczestnikom zdobycie doświadczenia w zakresie podejmowania trudnych decyzji w obszarach

- | | |
|--|---|
| › Zaawansowanego marketingu | › Rachunkowości |
| › Zarządzania rozwojem produktu | › Zarządzania finansami |
| › Zarządzania dystrybucją | › Prowadzenia negocjacji z partnerami biznesowymi |
| › Zarządzania zaawansowaną produkcją | › Analizy finansowej |
| › Kontroli jakości | › Wykorzystania zrównoważonej strategicznej karty wyników |
| › Zarządzania zasobami ludzkimi | |
| › Zarządzania sprzedażą tradycyjną i internetową | |

Fabula

W symulacji uczestnicy otrzymują kapitał założycielski na rozpoczęcie działalności. Prowadzą całkowicie zintegrowaną firmę, która zajmie się wszystkim, od marketingu po produkcję poprzez zarządzanie zasobami ludzkimi. W trakcie symulacji gracze budują fabrykę, otwierają biura sprzedaży, projektują produkty oraz kampanie reklamowe i marketingowe.

Zatrudniają pracowników oraz decydują o ich wynagrodzeniach. Zajmują się sporządzaniem planów strategicznych, opracowywaniem prognoz popytu oraz ustalaniem harmonogramów produkcji i kontrolą jakości. Po pierwszym symulowanym roku prowadzenia firmy uczestnicy mogą otrzymać dodatkowe fundusze od inwestora zewnętrznego, które zainwestują w prace badawczo-rozwojowe nad nowymi technologiami, rozwój dystrybucji oraz zwiększenie mocy produkcyjnych, tak aby zmaksymalizować wydajność w kolejnych latach. Uczestnicy mają od 2 do 3 lat na rozwinięcie firmy tak, aby stała się samowystarczalna i zapewniła zyski.

Symulacja może być realizowana z dodatkową opcją poszerzonego o tablety asortymentu.

Ocena pracy zespołu

Ocena opiera się na zrównoważonej karcie wyników, która mierzy zyskowność, zadowolenie klienta, udział w docelowych segmentach rynku, zarządzanie zasobami ludzkimi, zarządzanie aktywami, ryzyko finansowe, możliwości rozwoju i majątek.

Czas trwania

od 8 do 12 decyzji = od 16 do 24 godz.

2. Zaawansowane strategiczne zarządzanie przedsiębiorstwem (Advanced strategic corporate management)

Gra decyzyjna ukierunkowana na łączenie międzynarodowego zarządzania korporacyjnego z planowaniem strategicznym opartym na strukturze mentalnej OST (obiektyw-strategia-taktyka). Uczestnicy będą musieli radzić sobie ze zmianami w otoczeniu gospodarczym i politycznym, odzwierciedlonymi przez wahania regionalnego popytu i kursów walutowych.

Wykorzystanie

Warsztaty dla MBA oraz EMBA z międzynarodowego zarządzania korporacyjnego oraz planowania strategicznego opartego na strukturze mentalnej OST

Symulacja zapewnia uczestnikom zdobycie doświadczenia w zakresie podejmowania trudnych decyzji w obszarach

- › Planowania strategicznego opartego na formule OST
- › Zaawansowanego marketingu
- › Zarządzania rozwojem produktu
- › Zarządzania dystrybucją
- › Zarządzania zaawansowaną produkcją
- › Zarządzania jakością
- › Zarządzania zasobami ludzkimi
- › Zarządzania sprzedażą tradycyjną i internetową
- › Rachunkowości
- › Zarządzania finansami
- › Prowadzenia negocjacji z partnerami biznesowymi
- › Analizy finansowej
- › Wykorzystania zrównoważonej strategicznej karty wyników

Fabula

W symulacji uczestnicy otrzymują kapitał założycielski na rozpoczęcie działalności. Prowadzą całkowicie zintegrowaną firmę, która zajmie się wszystkim, od marketingu po produkcję poprzez zarządzanie zasobami ludzkimi. W trakcie symulacji gracze budują fabrykę, otwierają biura sprzedaży, projektują produkty oraz kampanie reklamowe i marketingowe.

Zatrudniają pracowników oraz decydują o ich wynagrodzeniach. Zajmują się sporządzaniem planów strategicznych, opracowywaniem prognoz popytu oraz ustalaniem harmonogramów produkcji i kontrolą jakości. Po pierwszym symulowanym roku prowadzenia firmy uczestnicy mogą otrzymać dodatkowe fundusze od inwestora zewnętrznego, które zainwestują w prace badawczo-rozwojowe nad nowymi technologiami, rozwój dystrybucji oraz zwiększenie mocy produkcyjnych, tak aby zmaksymalizować wydajność w kolejnych latach. Cały czas muszą śledzić zmiany na rynku międzynarodowym, na którym popyt będzie wzrastał lub spadał zgodnie z lokalnymi i światowymi warunkami ekonomicznymi.

Uczestnicy mają 2 lata na rozwinięcie firmy tak, aby stała się samowystarczalna i zapewniła zyski.

Ocena pracy zespołu

Ocena opiera się na zrównoważonej karcie wyników, która mierzy zyskowność, zadowolenie klienta, udział w docelowych segmentach rynku, zarządzanie zasobami ludzkimi, zarządzanie aktywami, ryzyko finansowe, możliwości rozwoju i majątek.

Czas trwania

8 decyzji = 16 godz.

3. Międzynarodowe zarządzanie przedsiębiorstwem (International corporate management with outsourcing)

Gra decyzyjna ukierunkowana na międzynarodowe zarządzanie korporacją uwzględniające zaawansowane opcje łańcucha dostaw, w tym outsourcing i negocjacje. Zapewnia uczestnikom zrozumienie wyzwań związanych z zarządzaniem działaniami w łańcuchu dostaw w międzynarodowym środowisku biznesowym. Komponent outsourcingowy pozwala docenić złożoność zarządzania łańcuchem dostaw, w tym negocjacje. Element outsourcingu zapewnia pełny zestaw opcji łańcucha dostaw i umożliwia inwestowanie w przyspieszenie i lepszą koordynację wymiany między partnerami biznesowymi.

Wykorzystanie

Warsztaty z zaawansowanego zarządzania firmą na rynku międzynarodowym oraz outsourcingiem

Symulacja zapewnia uczestnikom zdobycie doświadczenia w zakresie

- › Zarządzania outsourcingiem
- › Zaawansowanego marketingu
- › Zarządzania rozwojem produktu
- › Zarządzania dystrybucją
- › Zarządzania zaawansowaną produkcją
- › Kontroli jakości
- › Zarządzania zasobami ludzkimi
- › Zarządzania sprzedażą tradycyjną i internetową
- › Zarządzania finansami i rachunkowości
- › Prowadzenia negocjacji z partnerami biznesowymi
- › Analizy finansowej
- › Wykorzystania zrównoważonej strategicznej karty wyników

Fabula

W symulacji uczestnicy otrzymują kapitał założycielski na rozpoczęcie działalności. Prowadzą całkowicie zintegrowaną firmę, która zajmie się wszystkim, od marketingu po produkcję poprzez zarządzanie zasobami ludzkimi. W trakcie symulacji gracze budują fabrykę, otwierają biura sprzedaży, projektują produkty, przeprowadzają kampanie reklamowe i marketingowe oraz zatrudniają pracowników.

Zajmują się sporządzaniem planów strategicznych, opracowywaniem prognoz popytu oraz ustalaniem harmonogramów produkcji i kontrolą jakości. Po pierwszym roku prowadzenia firmy uczestnicy mogą otrzymać dodatkowe fundusze od inwestora zewnętrznego, które zainwestują w prace badawczo-rozwojowe nad nowymi technologiami oraz nowe inwestycje. Początek drugiego roku to moment, w którym uczestnicy mogą zlecić część swojej produkcji innej firmie lub zostać dostawcą dla innej firmy. Te opcje mogą radykalnie zmienić ich strategię biznesową. Uczestnicy będą musieli śledzić warunki ekonomiczne w świecie, a w szczególności na rynkach, na których konkurują. Zmiany warunków ekonomicznych wpłyną na atrakcyjność i koszty prowadzenia działalności.

Uczestnicy mają 3 lata na rozwinięcie firmy tak, aby stała się samowystarczalna i zapewniła zyski.

Ocena pracy zespołu

Ocena opiera się na zrównoważonej karcie wyników, która mierzy zyskowność, zadowolenie klienta, udział w docelowych segmentach rynku, zarządzanie zasobami ludzkimi, zarządzanie aktywami, ryzyko finansowe, możliwości rozwoju i majątek.

Czas trwania

12 decyzji = 24 godz.

1. Podstawy zarządzania łańcuchem dostaw (Fundamentals of supply chain management)

Gra decyzyjna ukierunkowana na praktyczne wykorzystanie metod i narzędzi zarządzania strategią łańcucha dostaw. Koncentruje się na rozwoju i zarządzaniu relacjami biznes-firma między zespołami uczestników, które stają się dostawcami lub dystrybutorami w międzynarodowym otoczeniu biznesowym. Uczestnicy muszą sobie radzić ze złożonością i konfliktami w zarządzaniu łańcuchem dostaw, a przede wszystkim z tym, jak zrównoważyć krótkoterminowe zyski z potencjalnym większym wynagrodzeniem wynikającym z budowania długoterminowych relacji biznesowych. Negocjacje, współpraca i koordynacja działań w celu osiągnięcia pożądaných celów, preferowanie rozwiązań „wygrywa-wygrywa” to wyzwania dla uczestników gry.

Wykorzystanie

Warsztaty z podstaw zarządzania łańcuchem dostaw.

Symulacja zapewnia uczestnikom zdobycie doświadczenia w zakresie podejmowania trudnych decyzji w obszarach

- | | |
|-----------------------|---------------------------------|
| › Łańcucha dostaw | › Outsourcingu |
| › Zarządzania kanałem | › Negocjacji |
| › Marketingu | › Budowania relacji biznesowych |
| › Rachunkowości | › Wykorzystania zrównoważonej |
| › Finansów | strategicznej karty wyników |

Fabula

W symulacji grupa inwestorów venture capital dostarczy kapitał początkowy na założenie firmy poszczególnym zespołom uczestników. Zespoły te zostaną albo dostawcami, albo odsprzedawcami w branży mikrokomputerowej. Wszystkie firmy będą miały ograniczone zasoby finansowe i pełną odpowiedzialność księgową. Odsprzedawczy muszą znajdować dostawców mogących produkować towary, które chcieliby sprzedać na rynku użytkowników końcowych. Dostawcy muszą zwracać się do sprzedawców, aby stali się ich źródłem dostaw. Symulacja pokazuje pełny zestaw opcji łańcucha dostaw i umożliwia inwestowanie w przyspieszenie i lepszą koordynację wymiany między partnerami biznesowymi. Aby przyspieszyć proces rozruchu, wszyscy dostawcy zaczynają od fabryki w Azji, a odsprzedawczy mają biuro sprzedaży otwarte w jednym z 12 regionów. Wraz z rozwojem firmy dostawcy podejmują decyzje taktyczne związane z rozbudową fabryki i planowaniem produkcji. Muszą także zoptymalizować proces produkcji, zwiększyć poziom realizacji zamówień oraz poprawić jakość i niezawodność produktów. Odsprzedawczy zdecydują o portfelu produktów i budżecie reklamowym, poszerzeniu kanałów sprzedaży i kampaniach marketingowych, aby stymulować popyt na całym świecie. Jakość relacji pomiędzy zespołami uczestników w łańcuchu dostaw będzie kluczowym elementem określającym wyniki poszczególnych drużyn w grze.

Ocena pracy zespołu

Ocena opiera się na zrównoważonej karcie wyników, która mierzy zyskowność, zadowolenie klienta, udział w docelowych segmentach rynku, zarządzanie zasobami ludzkimi, zarządzanie aktywami, ryzyko finansowe, możliwości rozwoju i majątek.

Czas trwania

4 decyzje = 8 godz.

2. Podstawy zarządzania kanałem (Fundamentals of channel management)

Gra decyzyjna ukierunkowana na wykorzystanie praktyczne podstawowych metod i narzędzi zarządzania kanałem – logistyką. Koncentruje się na rozwoju i zarządzaniu relacjami między firmami, które stają się albo dostawcami, albo dystrybutorami w ramach międzynarodowej działalności biznesowej. Uczestnicy będą realizować strategię łańcucha dostaw i radzić sobie ze złożonością i konfliktami w jego zarządzaniu. Będą musieli zrównoważyć krótkoterminowe zyski z potencjalnym większym wynagrodzeniem wynikającym z budowania długoterminowych relacji biznesowych. Negocjacje, współpraca i koordynacja działań w celu osiągnięcia pożądanego celu, preferowanie rozwiązań „wygrywa-wygrywa” to wyzwania dla uczestników gry.

Wykorzystanie

Warsztaty z podstaw zarządzania kanałem.

Symulacja zapewnia uczestnikom zdobycie doświadczenia w zakresie podejmowania trudnych decyzji w obszarach

- › Łańcucha dostaw
- › Zarządzania kanałem
- › Marketingu
- › Rachunkowości
- › Finansów
- › Outsourcingu
- › Negocjacji
- › Budowania relacji biznesowych
- › Wykorzystania zrównoważonej strategicznej karty wyników

Fabula

W symulacji grupa inwestorów venture capital dostarczy kapitał początkowy na założenie firmy poszczególnym zespołom uczestników. Zespoły zostaną albo dostawcami, albo odsprzedaźcami w branży mikrokomputerowej. Wszystkie firmy będą miały ograniczone zasoby finansowe i pełną odpowiedzialność księgową. Odsprzedaźcy muszą znajdować dostawców, którzy mogą produkować towary, które chcieliby sprzedać na rynku użytkowników końcowych. Dostawcy muszą zwracać się do sprzedawców, aby stali się ich źródłem dostaw. Osiągnięcie wysokiego poziomu koordynacji łańcucha dostaw będzie wymagało szeroko zakrojonych negocjacji i zaufania między zaangażowanymi stronami.

Wraz z rozwojem firm dostawcy podejmują taktyczne decyzje związane z rozbudową fabryki i planowaniem produkcji, aby dostarczyć produkty dla odsprzedaźców. Będą musieli zoptymalizować proces produkcji, zwiększyć poziom realizacji zamówień oraz poprawić jakość i niezawodność produktów. Odsprzedaźcy będą decydować o portfelu produktów i budżecie reklamowym, poszerzeniu kanałów sprzedaży i kampaniach marketingowych, aby stymulować popyt na całym świecie. Jakość relacji pomiędzy zespołami uczestników w łańcuchu dostaw będzie kluczowym elementem określającym wyniki poszczególnych drużyn w grze.

Ocena pracy zespołu

Ocena opiera się na zrównoważonej karcie wyników, która mierzy zyskowność, zadowolenie klienta, udział w docelowych segmentach rynku, zarządzanie zasobami ludzkimi, zarządzanie aktywami, ryzyko finansowe, możliwości rozwoju i majątek.

Czas trwania

4 decyzje = 8 godz.

3. Zarządzanie operacyjne (Operations management)

Gra decyzyjna ukierunkowana na praktyczne wykorzystanie metod i narzędzi zarządzania operacyjnego w pełni zintegrowanej firmie. W tej symulacji takie obszary funkcjonalne jak marketing, kanał sprzedaży, decyzje dotyczące rachunkowości i finansów są uproszczone, natomiast zarządzanie operacjami pogłębione. Gra koncentruje się na zarządzaniu operacjami i zaawansowaną produkcją. Uczestnicy poznają wszystkie podstawy nowoczesnego systemu produkcyjnego, w tym prognozowanie popytu, planowanie produkcji, zmiany i kontrolę jakości.

Wykorzystanie

Warsztaty z podstaw zarządzania operacyjnego.

Symulacja zapewnia uczestnikom zdobycie doświadczenia w zakresie podejmowania trudnych decyzji w obszarach

- › Zarządzania
- › Zarządzania produkcją
- › Marketingu
- › Rachunkowości
- › Finansów
- › Wykorzystania zrównoważonej strategicznej karty wyników

Fabula

W symulacji uczestnicy zakładają firmę, która wejdzie do branży mikrokomputerowej w burzliwej sytuacji gospodarczej. Zewnętrzna grupa inwestorów zapewnia uczestnikom kapitał początkowy na pokrycie kosztów rozpoczęcia działalności. Zespoły uczestników nabywają fabrykę w Azji i zaczynają produkować mikrokomputery, które następnie będą sprzedawać na całym świecie. Uczestnicy dysponują ograniczonymi zasobami finansowymi i ponoszą pełną odpowiedzialność za księgowość. Cztery rundy decyzyjne pozwolą im poradzić sobie z zagrożeniami ekonomicznymi i politycznymi, z jakimi będą musieli się zmierzyć. W tym czasie ich firmy powinny stać się samowystarczalne i zapewnić zyski z prowadzonej działalności..

Ocena pracy zespołu

Ocena opiera się na zrównoważonej karcie wyników, która mierzy zyskowność, zadowolenie klienta, udział w docelowych segmentach rynku, zarządzanie zasobami ludzkimi, zarządzanie aktywami, ryzyko finansowe, możliwości rozwoju i majątek.

Czas trwania

4 decyzje = 8 godz.

4. Łańcuch dostaw i zarządzanie kanałem (Supply chain and channel management)

Gra decyzyjna ukierunkowana na praktyczne wykorzystanie metod i narzędzi rozwoju i zarządzania relacjami między przedsiębiorstwami, które stają się dostawcami lub dystrybutorami w międzynarodowym środowisku biznesowym. Uczestnicy będą realizować strategię łańcucha dostaw i radzić sobie ze złożonością i konfliktami w zarządzaniu nim. Będą musieli zrównoważyć krótkoterminowe zyski z potencjalnym większym wynagrodzeniem wynikającym z budowania długoterminowych relacji biznesowych.

Wykorzystanie

Warsztaty z zaawansowanego zarządzania łańcuchem dostaw.

Symulacja zapewnia uczestnikom zdobycie doświadczenia w zakresie podejmowania trudnych decyzji w obszarach

Zespoły sprzedawcy:

- › Podstaw marketingu
- › Strategii łańcucha dostaw
- › Zakupów i negocjacji
- › Sprzedaży i dystrybucji
- › Rozwoju relacji
- › Podstaw zarządzania zasobami ludzkimi
- › Podstaw finansów i rachunkowości

Zespoły dostawców:

- › Produkcji
- › Kontroli jakości
- › Strategii łańcucha dostaw
- › Sprzedaży i negocjacji
- › Rozwoju relacji
- › Podstaw zarządzania zasobami ludzkimi
- › Podstaw finansów i rachunkowości

Fabula

W symulacji uczestnicy otrzymują kapitał założycielski na rozpoczęcie działalności. Symulacja koncentruje się na rozwoju i zarządzaniu relacjami między firmami, które stają się albo dostawcami, albo dystrybutorami w ramach międzynarodowej działalności biznesowej.

Sprzedawcy muszą znaleźć dostawców, którzy mogą produkować towary, które będą chcieli sprzedać na rynku użytkowników końcowych. Dostawcy muszą zwracać się do sprzedawców, aby stali się ich źródłem dostaw. Symulacja zapewnia pełny zestaw opcji łańcucha dostaw, umożliwia uczestnikom inwestowanie w przyspieszenie i lepszą koordynację wymiany między partnerami biznesowymi.

Jakość relacji pomiędzy zespołami uczestników w łańcuchu dostaw będzie kluczowym elementem określającym wyniki poszczególnych drużyn w grze.

Ocena pracy zespołu

Ocena opiera się na zrównoważonej karcie wyników, która mierzy zyskowność, zadowolenie klienta, udział w docelowych segmentach rynku, zarządzanie zasobami ludzkimi, zarządzanie aktywami, ryzyko finansowe, możliwości rozwoju i majątek.

Czas trwania

4 decyzje = 8 godz.

Kontakt

Patryk Wardziński

Junior Trainer
Marketplace Simulations
+48 792 511 588
p.wardzinski@gfkm.pl



Krystyna Połubińska

Certified Business Trainer
Marketplace Simulations
+48 604 552 258
k.polubinska@gfkm.pl



Gry decyzyjne

Gdańska Fundacja Kształcenia Menedżerów
al. Grunwaldzka 472, 80-309 Gdańsk

