



O uso de simulações como ferramenta de apoio nas aulas de Jogos de Negócios, Administração de Projetos e Negociação Aplicada

Professor Aluiz Henrique Marques Linhares

Especialista em Gestão de Projetos pelo Centro Universitário de Volta Redonda

Docente do Curso Administração do Centro Universitário Geral Di Biase

Dados de identificação

Curso: Administração

Disciplina: 7º período

Objetivos da ação

- a) Exercitar a capacidade de tomada de decisão nos alunos
- b) Exercitar a prática de conteúdo através de ações interdisciplinares
- c) Exercitar a prática de padrões de negociação
- d) Simular universo administrativo no qual os alunos estarão inseridos no mercado de trabalho
- e) Permitir aos alunos o uso dos conceitos apresentados em aula de forma a elaboração de projeto prático

Conteúdos trabalhados

- a) Jogos de negócios e simulações e seu uso como ferramenta de treinamento e aperfeiçoamento profissional
- b) Gestão de projetos
- c) Mercado de negócios e finanças
- d) Recursos humanos e desenvolvimento de pessoas
- e) Negociação aplicada



Procedimentos

Primeiramente apresentou-se aos alunos empresa fictícia do ramo de petróleo e gás, sua estrutura, tempo de mercado e seus projetos. Em seguida foi descrito o organograma da empresa. Dentro deste contexto os alunos tomaram ciência de uma situação problema que exigiu a convocação de uma reunião com o Presidente da empresa.

A turma foi dividida em grupos da seguinte maneira:

Grupo de diretoria – Presidente, Diretor de Marketing, Diretor Financeiro, Diretor de RH, Diretor Técnico, Diretor Operacional

Grupo administrativo – Equipe de Marketing

A questão problema apresentada é descrita a seguir:

“Os diretores Técnico e Operacional desenvolveram um novo equipamento e solicitaram ao Diretor de Marketing extenso programa de divulgação. A fim de atender a este pedido o Diretor de Marketing apresentou a proposta de um Workshop onde seriam realizadas várias atividades de divulgação da empresa e da nova máquina. Porém, o Diretor Financeiro, responsável pela empresa na ausência do Presidente, vetou o projeto. Discordando desta atitude o Diretor de Marketing convocou o Presidente para uma reunião a fim de reverter a decisão do Diretor Financeiro. ”

Além do cenário descrito, a cada diretor é repassado outras atividades que geram objetivos no jogo a saber:

- Diretor Presidente – atender as expectativas dos acionistas quanto a aumento do lucro da empresa na ordem de 12%;
- Diretor de RH – Apresentar uma análise da atual folha de pagamentos da empresa;



- Diretor Financeiro – Defender sua determinação e veto ao projeto do Marketing e garantir que o Presidente alcance seus objetivos junto aos acionistas;
- Diretor Técnico e Operacional – Apresentar três outros projetos que aumentem o ganho da empresa e garantir que não haja corte em suas equipes de trabalho;
- Equipe de Marketing – Desenvolver todo o projeto do Workshop e apresentá-lo durante a reunião;

Durante dois meses os alunos recebem e-mails do professor, representando os acionistas, e devem executar práticas diversas que influenciarão na reunião.

Durante a reunião os alunos são avaliados de acordo com as atividades solicitadas, postura e demonstração de conhecimentos ao longo da simulação.

Resultados

- Notou-se com as simulações aplicadas a capacidade de organização dos alunos em prol de um objetivo. A capacidade de articular argumentos e apresentar resultados técnicos a partir da entrega de projetos práticos.
- Notou-se também maior capacidade de entrosamento e surgimento de aspectos positivos de liderança em alguns estudantes.
- Foi possível também identificar itens a serem aprimorados quanto à didática da disciplina e transmissão de conteúdo.
- Identificou-se a capacidade dos alunos de relacionar as disciplinas necessárias para cada prática bem como consulta a outros professores com o objetivo de cumprir as metas da simulação.
- Apurou-se a alta reciprocidade dos alunos em relação ao projeto e aumento da compreensão dos conteúdos administrados em aula.



Referências Bibliográficas

FIANI, Ronaldo. 1. ed. Rio de Janeiro: Elsevier Editora, 2004.

DAVIS, Morton D. Teoria dos Jogos, Uma Introdução Não Técnica. São Paulo, Editora Cultrix, 1973.

ANTUNES, Celso. Jogos para a estimulação das múltiplas inteligências. 13 ed. Petrópolis: Vozes, 2005.

GRAMIGNA, M. R. M. Jogos de empresas e técnicas vivenciais. São Paulo: Pearson, 2007.

MARTINELLI, Dante P. Negociação – Como transformar confronto em cooperação. São Paulo: Atlas, 2006.

MARTINELLI, Dante P. Negociação e solução de conflitos. São Paulo: Atlas, 2006

PAULA JÚNIOR, Odino Marcondes. Como chegar a excelência em negociação. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.