

PLANIFICACIÓN DE CURSO

Segundo Semestre académico 2022

I. ACTIVIDAD CURRICULAR Y CARGA HORARIA

Asignatura: PLANES DE NEGOCIOS	Código: IND 4002-1
Semestre de la Carrera: VIII	
Carrera: INGENIERÍA CIVIL INDUSTRIAL	
Escuela: INGENIERÍA	
Docente(s): JAIME MATHESON VILLAN	
Ayudante(s):	
Horario: Martes y Jueves: 12:00 – 13:30	

Créditos SCT:	6
Carga horaria semestral ¹ :	180 horas
Carga horaria semanal:	12 horas

Tiempo de trabajo directo semanal:	3 horas
Tiempo de trabajo del estudiante semanal:	9 horas

II. RESULTADOS U OBJETIVOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS ESTE SEMESTRE

1)	Caracterizar, estructurar y sustentar una propuesta de negocios de acuerdo a la práctica habitual de la disciplina.
2)	Conocer y saber emplear la herramienta de planes de negocios, entendiendo sus aportes y limitaciones.
3)	Integrar y aplicar, en proyectos específicos, conocimientos y herramientas de las distintas disciplinas estudiadas a lo largo de la carrera.
4)	Dominar y distinguir los conceptos asociados a la generación de negocios de tal manera de orientar sus ideas y energías creadoras en el sentido correcto.

¹ Considere que 1 crédito SCT equivale a 30 horas de trabajo total (directo y autónomo) en el semestre.

5) Fortalecer su capacidad de comunicar técnicamente los resultados que ha obtenido.

6) Fortalecer la capacidad de trabajo en equipo

III. UNIDADES, CONTENIDOS Y ACTIVIDADES

UNIDAD: <i>(REPLICAR TANTAS VECES COMO UNIDADES SE DISPONGAN EN EL CURSO)</i>				
Semana	Contenidos	Actividades de enseñanza y aprendizaje		Actividades de evaluación diagnóstica, formativa y/o sumativa
		Tiempo directo	Tiempo trabajo autónomo del o la estudiante	
22/8 - 26/8	Análisis y desarrollo de conceptos asociados a las iniciativas de generación de negocios			
29/8 - 02/9	Análisis y desarrollo de conceptos asociados a las iniciativas de generación de negocios			
05/09 - 09/09	- Propuesta, Caracterización del problema u oportunidad y justificación de su atractivo. - Identificación preliminar del segmento objetivo o cliente.			
12/09 - 16/09	- Explicitación de la propuesta de valor, incluyendo un estudio somero de las alternativas ya existentes en el mercado. - Estimación gruesa de la rentabilidad del negocio ("cálculo de			

	servilleta”).			
19/09 - 23/09	• Análisis y desarrollo de los conceptos asociados a la Unidad • Caracterización del medio / el contexto en el que se considera desarrollar el negocio.			
26/09- 30/09	• Caracterización y análisis de la industria relevante. • Análisis Estratégico • Estudio de mercado.			
03/10 - 07/10	• Análisis y desarrollo de los conceptos asociados a la Unidad • Identificación y caracterización de los atributos propios existentes o necesarios en función de la oportunidad de negocios seleccionada.			EVALUACIÓN SUMATIVA PRESENTACION 1
10/10 - 14/10	RECESO			
17/10 - 21/10	• Análisis y desarrollo de los conceptos asociados a la Unidad • Discusión de las alternativas estratégicas y selección fundada de la más adecuada. Planteamiento del			

	modelo de negocios.			
24/10 – 28/10	• Análisis y desarrollo de los conceptos asociados a la Unidad • Discusión de las alternativas estratégicas y selección fundada de la más adecuada. Planteamiento del modelo de negocios.			
31/10 – 04/11	• Análisis y desarrollo de los conceptos asociados a la Unidad • Plan de marketing. • Plan de ventas. • Plan de operaciones. Plan de recursos humanos.			
07/11- 11/11	• Análisis y desarrollo de los conceptos asociados a la Unidad • Plan de marketing. • Plan de ventas. • Plan de operaciones. • Plan de recursos humanos.			
14/11- 18/11	• Análisis y desarrollo de los conceptos asociados a la Unidad • Presupuesto de Capital, estimación y/o determinación de los costos y beneficios asociados al proyecto y los			EVALUACIÓN SUMATIVA PRESENTACIÓN 2

	requerimientos de capital para financiar inversión y capital de trabajo.			
21/11-25/11	- Financiación, discusión de las alternativas de financiamiento existentes y sus implicancias, y selección fundada de la más adecuada. - Cálculo del resultado económico esperado para el proyecto. Sensibilización de los resultados			
28/11-02/12	Discusión orientada al atractivo del proyecto y la posibilidad de recoger fondos de inversión.			
5/12-9/12				TEST DE CONCEPTOS
12/12-16/12				PRESENTACIÓN FINAL

IV. CONDICIONES Y POLÍTICAS DE EVALUACIÓN

PRESENTACIÓN 1 : P1

PRESENTACIÓN 2 : P2

PRESENTACIÓN FINAL : PF

TEST DE CONCEPTOS : TC

$NF = 0,2 P1 + 0,25 P2 + 0,35 * PF + 0,2 * TC$

NOTA DE APROBACIÓN 4,0

No se considera opciones de eximición

Las presentaciones podrán ser por informe o por disertación o ambas, forma que será comunicada oportunamente, considerando que los informes y/o presentaciones están programadas con anticipación y se cuenta con tiempo, no se considera cambios de fecha por inasistencia debiendo responder el grupo.

La inasistencia al test solo tendrá derecho a una oportunidad de recuperación si cuenta con justificación del DAE, en caso contrario tendrá calificación mínima.

El test tiene como objetivo medir el dominio conceptual que respalda la elaboración de un plan de negocios.

El grupo o empresa está conformado por socios, cualquiera de los socios podría desvincular a un partner que no contribuya al desarrollo del proyecto, el socio desvinculado reprobará automáticamente

V. BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS OBLIGATORIOS

- Palacios, Acero, Luis Carlos. Estrategias de creación empresarial, Ecoe Ediciones, 2012.ProQuest Ebook Central
- Balanko-Dickinson, Como Preparar un plan de negocios exitoso, Mcgraw Hill, edición en español
- Material audiovisual seleccionado en temas relacionados

Textos asociados a los temas abordados por los proyectos de los estudiantes o especialmente agregados según necesidades de los alumnos.

VI. BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS COMPLEMENTARIOS