

PLANIFICACIÓN DE CURSO
Segundo Semestre académico 2023 - Docencia Presencial

I. ACTIVIDAD CURRICULAR Y CARGA HORARIA

Asignatura:	Práctica profesional 1	Código: ICA4901
Semestre de la Carrera:	7	
Carrera:	Ingeniería Comercial	
Escuela:	Escuela de Ciencias Sociales	
Docente(s):	Michael Olate Reyes	
Ayudante(s):		
Horario:	Martes	

Créditos SCT:	6
Carga horaria semestral ¹ :	120
Carga horaria semanal:	7

Tiempo de trabajo sincrónico semanal:	3 horas
Tiempo de trabajo asincrónico semanal:	4,5 horas

II. RESULTADOS U OBJETIVOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS ESTE SEMESTRE

1)	Integra todos los conocimientos adquiridos durante la carrera y los utiliza para una adecuada interpretación del problema en la empresa de práctica
2)	Aprende a modelar problemas en base a información, aplicación de métodos y entendimiento del contexto empresarial
3)	Mejora las habilidades blandas respecto a la materialización de soluciones viables o factibles dentro del contexto organizacional de su trabajo
4)	Comprender, aplicar y razonar la metodología científica a la hora de abordar problemáticas de negocio como base para conducir a la obtención de título profesional

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

III. UNIDADES, CONTENIDOS Y ACTIVIDADES

Semana	Contenidos	Actividades de enseñanza y aprendizaje		Actividades de evaluación diagnóstica, formativa y/o sumativa
		Tiempo sincrónico	Tiempo asincrónico (trabajo autónomo del o la estudiante)	
1	Introducción y presentación programa. Sistema de evaluación. Metodología, Estructura de una Tesina, Formatos APA, alineación de expectativas.	2	4,5	Reunión introductoria
2	Definición del Cuerpo de la Tesina. Objetivos Generales, Objetivos Específicos, Metodología, Marco Teórico y Alcances	2	4,5	Avance
3	Definición del cuerpo de la tesina. Objetivos Generales, Objetivos Específicos, Metodología, Marco Teórico y Alcances (correcciones y aplicación de observaciones)	2	4,5	Avance
4	Desarrollo de la tesina (primera parte): Descripción de la Organización. Caracterización de la Industria. Estrategia de la Empresa, Modelo de Negocio.	2	4,5	Avance
5	Desarrollo de la tesina (segunda parte): FODA CUANTITATIVO y FODA DINÁMICO como conclusiones del análisis organizacional como primer enfoque en la detección del problema	2	4,5	Avance
6	Desarrollo de la tesina (tercera parte): Identificación del problema. Árboles de Decisión, Ishikawa, Pareto (cierre del problema)	2	4,5	Avance
7	Complementación del marco teórico: antecedentes, investigación, documentación, etc. Que sustente el problema de estudio	2	4,5	Avance

8	Presentación Avance Informe	2	4,5	Evaluación parcial informe
9	Receso			
10	Propuesta solución. Metodología de aplicación.	2	4,5	Avance
11	Planificación de la solución (MS Project)	2	4,5	Avance
12	Conclusiones y límites de la solución. (invitación a otros estudios complementarios)	2	4,5	Evaluación informe
13	Semana de correcciones finales del informe.	2	4,5	Avance
14	Exposición	2	4,5	Exposición
15	Exposición	2	4,5	Exposición
16	Feedback final	2	4,5	Observaciones

IV. CONDICIONES Y POLÍTICAS DE EVALUACIÓN

EVALUACIONES

Informe avance: 30%

Informe final: 40%

Exposición: 30%

INDICACIONES GENERALES DEL CURSO

Las clases son instancias de revisión de avances y afinación del proyecto. Se espera que cada sesión con el profesor, el alumno pueda hacer las correcciones durante la semana en curso y avanzar en el informe de su Tesina. El profesor podrá recomendar o sugerir la lectura de autores relacionados con su proyecto como base de discusión en la siguiente sesión, con miras de robustecer los argumentos incorporados en su tesina. Se agendará una reunión semanal con el estudiante para la revisión del avance del proyecto, la cual estará agendada oportunamente. Adicionalmente el profesor entregará los lineamientos necesarios y suficientes respecto a la elaboración del informe de su tesina, en términos de fondo y forma.

RESPECTO A LA ASISTENCIAS A EVALUACIONES

En el caso de atrasos de la entrega de informes se penalizará 1 punto cada día de atraso. Respecto a la disertación final, se asignará un día y hora para dicha instancia. En caso de que él o la estudiante no asista a su presentación sin justificativo DAE, obtendrá la calificación mínima (1,0).

El cálculo para aprobar el curso es el siguiente:

Nota Final = 0,3*informe 1 + 0,4*informe 2 + 0,3*exposición \geq 4,0 (Aprueba)

V. RECURSOS DIGITALES (Recursos web y revistas especializadas)

VI. Referencias Bibliográfica Sugeridas (Recursos web y revistas especializadas)

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- PT I Porter. Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia, Ed. Continental, 1982
- AG Anthony y Govindarajan. Sistemas de Control de Gestión. Madrid: McGraw-Hill/Interamericana de España, 2003.
- PG Sapag N., Sapag R. "Planificación, gestión y control de proyectos". Santiago. Ediciones Copygraph. 2010.
- KN5 Kaplan R., Norton, D. "Dominar el sistema de gestión", Harvard Business Review. Enero 2008.
- TS Thompson y Strickland. Dirección y administración estratégicas: conceptos, casos y lecturas. Argentina: Addison-Wesley Iberoamericana, 1994.
- RS Simons. Palancas de control: cómo usan los gerentes sistemas novedosos de control para conducir la renovación estratégica. Buenos Aires: Temas Grupo Editorial, 1998.
- MP Michael E. Porter, Jay W. Lorsch y Nitin Nohria. Siete sorpresas para los nuevos CEO. Harvard Business Review América Latina.
- KC Kaplan, Cooper, "Coste y efecto: cómo usar el ABC, ABM y el ABB para mejorar la gestión, los procesos y la rentabilidad". Barcelona: Gestión 2000, 1999
- ZB Zeithaml, V. y Bitner, M. Marketing de Servicios: un enfoque de integración del cliente a la empresa. México: McGraw-Hill, 2001.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- KN3 Kaplan y Norton. Mapas estratégicos: convirtiendo activos intangibles en resultados tangibles. Barcelona: Gestión 2000, 2004.
- KN2 Kaplan y Norton. Cómo utilizar el cuadro de mando integral: para implantar y gestionar su estrategia. Barcelona: Ediciones Gestión 2000, 2001.
- KN1 Kaplan y Norton. El cuadro de mando integral: (The balanced scorecard). Barcelona: Ediciones Gestión 2000, 1997.
- KN4 Kaplan, R. y Norton, D. Alignment: cómo alinear la organización a la estrategia a través del Balanced Scorecard. España: Ediciones Gestión 2000, 2005.
- KN6 Kaplan R., Norton, D. "The execution premium". Barcelona: Harvard Deusto, 2008.
- PK Kotler. Dirección de mercadotecnia: Análisis, planeación y control. México: Diana, 1992
- JM I Magretta. Qué es el management: cómo funciona y por qué nos afecta a todos. Barcelona: Empresa Activa, 2003
- JM II Magretta. Why business models matter. Harvard Business Review, edición mayo 2002
- HP I Hamel y Prahalad. Compitiendo por el futuro: estrategia crucial para crear los mercados del mañana. Editorial Ariel. Barcelona, 1995

- HP II Hamel y Prahalad. The core competence of the corporation. Harvard Business Review, edición mayo-junio 1990, págs. 79-91
- RK Rockart. Los altos directivos definen sus necesidades de información. Biblioteca Harvard, 1983
- NV Niven. Balanced Scorecard paso a paso. Barcelona: Ediciones Gestión 2000, S.A. , 2003
- HJ Hill y Jones. Administración estratégica: Un enfoque integrado. Mc Graw Hill, 1996
- PT II Porter. What is strategy? Harvard Business Review, edición noviembre-diciembre 1996
- HM Hax y Majluf. La estrategia para el liderazgo competitivo, Gránica, 1997
- CC Corstjens, Corstjens. La batalla en el punto de venta. España: Deusto, 2005
- JS Johnson y Scholes. Dirección estratégica. Prentice, mayo, 2001
- NC Núñez, A.; Caprile A. "Diseño de sistemas de control de gestión: una propuesta metodológica de alineación", Revista Contabilidad y Sistemas. Santiago, Chile, 2do. Semestre 2006
- CN Neriz; Caprile, González, Guerrero, Rocco y Jara. Balanced Scorecard como herramienta de control de gestión: una aplicación para el Hospital Militar; seminario de tesis para optar al título de Ingeniería en Información y Control de Gestión, Universidad de Chile, 2004
- GK Cokins, G. Performance Management: obteniendo lo mejor de directivos y empleados a través de la alineación estratégica y operativa. Barcelona: Gestión 2000, 2005.
- CL Lovelock, C. Administración de servicios. México: Pearson Educación, 2004
- ZB Zeithaml, V. y Bitner, M. Marketing de Servicios: un enfoque de integración del cliente a la empresa. México: McGraw-Hill, 2001.
- KA Kaplan, R. y Anderson, S. "Costeo ABC regido por el tiempo". Harvard Business Review, noviembre 2004
- CCG Camisón, C., Cruz, S., González, T. "Gestión de la calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas". Madrid: Prentice Hall, 2007
- HH Hope, J., y Hope, T. "Más allá del sistema presupuestario". Barcelona: Deusto, 2004
- DH Hellriegel D., Jackson S., Jackson E. S., Slocum J. "Administración: un enfoque basado en competencias". Cengage Learning Editores, 2006