

PLANIFICACIÓN DE CURSO

Segundo Semestre académico 2024 - Docencia Presencial

I. ACTIVIDAD CURRICULAR Y CARGA HORARIA

| | | |
|-------------------------|---|--------------------|
| Asignatura: | Negocios II | Código: ICA3002 |
| Semestre de la Carrera: | 6 | |
| Carrera: | Ingeniería Comercial | |
| Escuela: | Escuela de Ciencias Sociales | |
| Docente(s): | Michael Olate Reyes | |
| Ayudante(s): | | |
| Horario: | Lunes - Sección 01 (16:15 a 17:45 hrs.) Sección 2 (12:00 a 13:30 hrs.) Martes - Sección 01 (10:15 a 11:45 hrs.) Sección 2 (12:00 a 13:30 hrs.) | |

| | |
|--|-----------|
| Créditos SCT: | 6 |
| Carga horaria semestral ¹ : | 160 horas |
| Carga horaria semanal: | 4 horas |

| | |
|--|---------|
| Tiempo de trabajo sincrónico semanal: | 4 horas |
| Tiempo de trabajo asincrónico semanal: | 6 horas |

II. RESULTADOS U OBJETIVOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS ESTE SEMESTRE

| | |
|----|--|
| 1) | Identificar las barreras que existen a la hora de convertir en un negocio rentable un producto o solución innovadora |
| 2) | Entender la importancia de una adecuada planificación financiera a la hora de formalizar un negocio |
| 3) | Profundizar en el modelo de negocios como herramienta de planificación conceptual |
| 4) | Entender cómo los presupuestos, los análisis de costos y evaluación económica financiera son necesarios a la hora de proyectar un negocio y captar oportunidades de financiamiento |

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. Motivación inicial | 4 | 6 | |
| 2 | Presentaciones de proyectos de innovación | 4 | 6 | |
| 3 | Identificación del mercado objetivo Control de Lectura 01 | 4 | 6 | Control de Lectura 01 |
| 4 | Selección de la Propuesta de Valor y sus respectivos canales | 4 | 6 | |
| 5 | Identificación de sus Principales Recursos, Actividades y socios estratégicos Entrega Primer Avance | 4 | 6 | Avance proyecto |
| 6 | Receso | | | |
| 7 | Identificación de sus Principales Recursos, Actividades y socios estratégicos Entrega Primer Avance | 4 | 6 | Avance proyecto |
| 8 | Control de lectura 02 | 4 | 6 | Control de Lectura 02 |
| 9 | Diseño organizacional | 4 | 6 | Desarrollo caso de estudio en clases |

| | | | | |
|----|--|---|---|------------------------|
| 10 | Modelo Financiero y proyecciones (Análisis de costos, Fijación de precios, Presupuesto Maestro, FLC, Capital de Trabajo, Necesidades de Financiamiento, análisis de sensibilidad, Punto Muerto, Análisis CVU) | 4 | 6 | |
| 11 | Modelo Financiero y proyecciones (Análisis de costos, Fijación de precios, Presupuesto Maestro, FLC, Capital de Trabajo, Necesidades de Financiamiento, análisis de sensibilidad, Punto Muerto, Análisis CVU) | 4 | 6 | |
| 12 | Entrega Segundo Avance | 4 | 6 | Avance proyecto |
| 13 | Control de lectura 03 Modelo Financiero y proyecciones (Análisis de costos, Fijación de precios, Presupuesto Maestro, FLC, Capital de Trabajo, Necesidades de Financiamiento, análisis de sensibilidad, Punto Muerto, Análisis CVU) | 4 | 6 | Control de lectura 03 |
| 14 | Modelo Financiero y proyecciones (Análisis de costos, Fijación de precios, Presupuesto Maestro, FLC, Capital de Trabajo, Necesidades de Financiamiento, análisis de sensibilidad, Punto Muerto, Análisis CVU) | 4 | 6 | |
| 15 | Entrega Final Trabajo Grupal | 4 | 6 | Entrega final proyecto |

IV. CONDICIONES Y POLÍTICAS DE EVALUACIÓN

EVALUACIONES

| | |
|---|---|
| <p>Nota de presentación a examen:</p> <p>70% de la nota final</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Controles de lectura: 50% 2. Trabajo Grupal: 40% 3. Coevaluación grupal: 10% |
| <p>Examen final:</p> <p>30% de la nota final</p> | <p>El examen final evalúa toda la materia del módulo</p> |

INDICACIONES GENERALES DEL CURSO

Las clases son expositivas, pero se requiere la participación de los alumnos en clases, lo que se incentivará con controles de lectura en clases en forma individual, junto con el desarrollo del plan de negocios para un producto y servicio al producto o servicio seleccionado. Los controles de lecturas serán fijados por calendario y su material de lectura estará disponible en la plataforma UCampus con anticipación, el resto de las actividades podrán o no ser evaluadas con nota formal. De esta manera se espera incentivar la participación en clases.

Asistencia: 85%

Trabajo grupal semestral (continuación proyectos del Taller de Innovación)

Los alumnos deben conformar los mismos equipos para el Taller de Innovación para utilizar como base de estudio el proyecto presentado en dicho curso. Se les hará entrega de un formato específico para confeccionar el plan de negocios de su propuesta, la cual debe ser presentada en distintos hitos durante el curso, los cuales están definidos por el programa (nota: el profesor podrá hacer cambios a dicha programación de entregas según su criterio, lo cual será avisado oportunamente para su adecuación). Durante las clases existan instancias para avanzar y afinar sus presentaciones a través de la discusión y participación en cada clase. Cualquier otra consulta o pregunta se podrá realizar directamente a través de correos electrónicos, el uso del foro u otro canal formal disponible que disponga la Universidad. Se incentiva la participación a las ayudantías programadas en el semestre para realizar ajustes y acompañamiento a su proyecto. La no entrega de un avance en la fecha programada, sin justificación previa, se evaluará inmediatamente con la nota mínima (1,0) nota que NO es recuperable, esta nota no afecta a la nota de los otros integrantes del grupo. Al final del trabajo grupal, existirá una coevaluación interna la que consiste en que cada integrante evaluará a los otros bajo los conceptos de: participación, disponibilidad, distribución de la carga de trabajo, etc. Que equivale al 10% de la nota final, la cual será revisada por el profesor y la(el) ayudante en caso de ser "observada" o "ajustada" a la realidad en vista del trabajo observado en clases.

Ponderación nota final

La presentación antes del examen, esto incluye, controles de lectura y trabajo grupal. corresponde al 70% de la nota final de aprobación.

Nota eximición: >5.0 con promedio de controles >4.0

Examen: La materia para el examen final abarca toda la materia. **La nota mínima para aprobar el curso del examen es un 3.0 sin posibilidad de recuperación.**

RESPECTO A LA ASISTENCIAS A EVALUACIONES

Toda inasistencia a una evaluación del curso deberá ser justificada siguiendo el protocolo que la Dirección de Asuntos Estudiantiles (DAE) ha implementado para dichas circunstancias. Si la justificación no se ajusta a lo señalado por los canales oficiales, la actividad de evaluación será calificada automáticamente con la nota mínima de la escala (1,0)

Los controles de lectura no rendidos pero que cuenten con justificación a través de DAE, debe ser acordado con el profesor su manera de recuperación en cada caso.

Si el alumno no rinde alguna entrega del trabajo grupal, sin embargo, cuenta con justificativo DAE, debe rendir examen automáticamente, por lo que su nota a la entrega faltante será reemplazada por la nota obtenida en su examen final.

V. RECURSOS DIGITALES (Recursos web y revistas especializadas)

- [Harvard Business Review - Ideas and Advice for Leaders \(hbr.org\)](http://hbr.org)
- [The Economist | World News, Economics, Politics, Business & Finance](http://www.economist.com)
- [Businessweek - Bloomberg](http://www.businessweek.com)

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

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Charles T. Horngren, Srikant M. Datar, Madhav V. Rajan (2012). Decimocuarta edición, Contabilidad de costos, un enfoque gerencial. Pearson
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business model canvas. Self published. Last. • Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., Papadakos, T., Kyhnau, J., & Nielsen, C. (2015). Value Proposition Design. Journal of Business, 3(1), 81-89.
- Sapag Chain, N., Sapag Chain, R., & Sapag, J. M. (2014). Preparación y evaluación de proyectos. Mc Graw Hill educación
- Porter, M. E. (1980). Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. New York, NY: Free Press.
- Porter, M. E. (1985). Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York, NY: Free Press.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Zeithaml, V. y Bitner, M. Marketing de Servicios: un enfoque de integración del cliente a la empresa. México: McGraw-Hill, 2001.
- Kaplan, R. y Anderson, S. "Costeo ABC regido por el tiempo". Harvard Business Review, noviembre 2004
- Camisón, C., Cruz, S., González, T. "Gestión de la calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas". Madrid: Prentice Hall, 2007
- Hope, J., y Hope, T. "Más allá del sistema presupuestario". Barcelona: Deusto, 2004
- Hellriegel D., Jackson S., Jackson E. S., Slocum J. "Administración: un enfoque basado en competencias". Cengage Learning Editores, 2006
- Cariola, O. H. (2003). Marketing-Plan para emprendedores. Nobuko.
- Emerson, J. (2003). The blended value proposition: Integrating social and financial returns. California management review, 45(4), 35-51.
- Grundy, T. (2006). Rethinking and reinventing Michael Porter's five forces model. Strategic Change, 15(5), 213-229.
- Stonehouse, G., & Snowdon, B. (2007). Competitive advantage revisited: Michael Porter on strategy and competitiveness. Journal of Management Inquiry, 16(3), 256-273.