

PROGRAMA DE CURSO

Código	Nombre			
No completar	Planes de Negocio			
Nombre en Inglés				
Business Plans				
SCT	Horas semestrales	Horas de cátedra	Horas de ayudantías y laboratorios	Horas de Trabajo Personal
6	180	48	0	132
Requisitos			Carácter del curso	
<ul style="list-style-type: none"> - Ingeniería de Marketing - Formulación y Evaluación de Proyecto - Logística, Manufactura y Servicios - Proyecto Desarrollo Regional - Gestión de Personas - Taller de Gestión Basada en la Evidencia 			Obligatorio de Carrera Ingeniería Civil Industrial	
Resultados de aprendizaje				
Al final del curso se espera que el estudiante logre: <ol style="list-style-type: none"> 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. Fortalecer su capacidad de comunicar profesionalmente los resultados que ha obtenido. 				

Metodología docente	Evaluación general
<p>La metodología de trabajo es activa. El eje del curso son los proyectos desarrollados en grupos por los estudiantes, en los que se espera que apliquen criterios y herramientas de gestión aprendidas en otros cursos o bien investigadas específicamente para éste. Se contemplan pocas clases lectivas, las que se enfocan especialmente en la presentación de las características del curso y la explicación de conceptos o herramientas específicas. El rol de los profesores es fundamentalmente de guías o mentores. La mayor parte de las clases considera presentaciones de los estudiantes y trabajo en grupo con la orientación de los profesores. Se promueve además el trabajo colaborativo, esperándose que los estudiantes aporten al buen desarrollo de los proyectos de los demás grupos.</p>	<p>El curso se evaluará en relación al proyecto, tanto en su desarrollo como en sus resultados. Se considerarán las siguientes instancias de evaluación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un informe de avance a la mitad del semestre. • Un informe final. • Dos presentaciones de avance evaluadas. • Examen (presentación final).

Unidades Temáticas

Número	Nombre de la Unidad	Duración en semanas
1	Identificación de la oportunidad de negocio	4
<ul style="list-style-type: none"> • Caracterización del problema u oportunidad y justificación de su atractivo. • Identificación preliminar del segmento objetivo o cliente. • 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”). 		

Número	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
2	Análisis del medio externo	2
<ul style="list-style-type: none"> • Caracterización del medio / el contexto en el que se considera desarrollar el negocio. • Caracterización y análisis de la industria relevante. • Estudio de mercado. 		

Número	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
3	Análisis del medio interno	1
Identificación y caracterización de los atributos propios existentes o necesarios en función de la oportunidad de negocios seleccionada.		

Número	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
4	Diseño de la estrategia	1
<ul style="list-style-type: none"> • Discusión de las alternativas estratégicas y selección fundada de la más adecuada. • Planteamiento del modelo de negocios. 		

Número	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
5	Planes funcionales	4
<ul style="list-style-type: none"> • Plan de marketing. • Plan de ventas. • Plan de operaciones. • Plan de recursos humanos. 		

Número	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
6	Evaluación económica	2
<ul style="list-style-type: none"> • Estimación y/o determinación de los costos y beneficios asociados al proyecto. • Cálculo del resultado económico esperado para el proyecto. • Sensibilización de los resultados. • Discusión del atractivo del proyecto. 		

Número	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
7	Financiamiento	1
<ul style="list-style-type: none"> • Explicitación de los requerimientos de financiamiento a lo largo de la vida del proyecto. • Discusión de las alternativas de financiamiento existentes y sus implicancias, y selección fundada de la más adecuada. 		

Bibliografía General	
<ul style="list-style-type: none"> • Harvard Business School (2007): "Creating a Business Plan: Expert Solutions to Everyday Challenges", Harvard Business School Press, EE.UU. • Maurya, A. (2012): "Running Lean: Iterate from Plan A to a Plan That Works", 2ª Edición, O'Reilly, EE.UU. • Osterwalder, A. y Pigneur, Y. (2010): "Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers", Wiley, EE.UU. • Textos asociados a los temas abordados por los proyectos de los estudiantes, incluyendo referencias dadas en cursos anteriores. 	

Vigencia desde:	Marzo 2019
Elaborado por:	Gaston Held
Revisado por:	Comisión Ingeniería Civil Industrial U.CH

