

PLANIFICACIÓN DE CURSO

Segundo Semestre académico 2020 - Docencia Remota de Emergencia

I. ACTIVIDAD CURRICULAR Y CARGA HORARIA

Asignatura:	Taller Práctico Profesional II: Desarrollo de Negocios	Código: ICA4901
Semestre de la Carrera:	Semestre VII, Año 4	
Carrera:	Ingeniería Comercial	
Escuela:	Ciencias Sociales	
Docente(s):	Patricio Olivares Valenzuela	
Ayudante(s):	No aplica	
Horario:	Lunes 12:00-13:30 horas // Jueves 14:30-16:00 horas	

Créditos SCT:	6
Carga horaria semestral ¹ :	180 horas
Carga horaria semanal:	10 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 oportunidades de mercado por medio del análisis del entorno en determinada industria.
2)	Diseñar los distintos elementos del marketing mix aplicados a una idea de negocio propia, transformando la idea en proyecto.
3)	Elaborar un plan de negocios a partir de una idea propia, aplicando metodologías existentes.
4)	Evaluar un plan de negocios considerando criterios económicos, financieros, administrativos, estratégicos y de mercado, utilizando herramientas de análisis.

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	Presentación del Curso – Introducción al ambiente de negocios actual (Hipercompetencia)	<p>Inicio: Presentación del docente y de la asignatura.</p> <p>Desarrollo: Exposición de metodología de trabajo, alcance del curso y visión general de contenidos</p> <p>Cierre: Actividad con preguntas finales de cierre. 4 horas (2 sesiones semanales)</p>	<p>Actividad Asincrónica: Preparación de material, lectura de bibliografía para sesión siguiente. 4 horas.</p>	
2	Conceptos de Emprendimiento & Ideas de Negocios	<p>Inicio: Introducción a los contenidos de la sesión. Revisión de tendencias actuales.</p> <p>Desarrollo: Discusión de aspectos centrales del emprendimiento. Metodologías para fomentar la creatividad e ideas de negocios.</p> <p>Cierre: Actividad con preguntas finales de cierre. 4 horas (2 sesiones semanales)</p>	<p>Actividad Asincrónica: Preparación de material, lectura de bibliografía para sesión siguiente. 4 horas.</p>	

3	Análisis del Mercado (Macro & Micro). Herramientas de análisis	<p>Inicio: Revisión de contenidos previos. Introducción a análisis de mercado.</p> <p>Desarrollo: Exposición. Herramientas de análisis y aplicación. Consideraciones prácticas.</p> <p>Cierre: Actividad con preguntas finales de cierre. 4 horas (2 sesiones semanales)</p>	Actividad Asincrónica: Preparación de material, lectura de bibliografía para sesión siguiente. 4 horas.	
4	Presentación de Ideas de Negocios. Introducción a modelos de negocios (CANVAS)	<p>Inicio: Revisión de contenidos previos. Introducción a método CANVAS</p> <p>Desarrollo: Exposición y discusión sobre ideas de negocios y método CANVAS.</p> <p>Cierre: Actividad con preguntas finales de cierre. 4 horas (2 sesiones semanales)</p>	Actividad Asincrónica: Preparación de presentaciones 6 horas.	Evaluación 1. Presentación de ideas de negocios (10%)
5	Segmentación de mercado, determinación de clientes y propuesta de valor	<p>Inicio: Revisión de contenidos previos. Introducción segmentación de mercado.</p> <p>Desarrollo: Exposición y discusión sobre segmentación del mercado y propuesta de valor.</p>	Actividad Asincrónica: Preparación de material, lectura de bibliografía para sesión siguiente. 4 horas.	

		<p>Cierre: Actividad con preguntas finales de cierre. 4 horas (2 sesiones semanales)</p>		
6	<p>Canales, Relaciones con los clientes, Ingresos y recursos clave</p>	<p>Inicio: Revisión de contenidos previos. Introducción canales, ingresos y recursos clave de un modelo de negocios. Desarrollo: Exposición y discusión sobre canales, ingresos y recursos clave. Cierre: Actividad con preguntas finales de cierre. 4 horas (2 sesiones semanales)</p>	<p>Actividad Asincrónica: Preparación de material, lectura de bibliografía para sesión siguiente. 4 horas.</p>	
7	<p>Actividades clave, alianzas y estructura de costos</p>	<p>Inicio: Revisión de contenidos previos. Introducción actividades, alianzas y estructura de costos. Desarrollo: Exposición y discusión sobre actividades, alianzas y estructura de costos. Cierre: Actividad con preguntas finales de cierre. 4 horas (2 sesiones semanales)</p>	<p>Actividad Asincrónica: Preparación de material, lectura de bibliografía para sesión siguiente. Desarrollo de informe 1, sobre modelo de negocios. 8 horas.</p>	

8	1° Receso			
9	Informe Modelo de Negocios. Introducción al marketing mix	<p>Inicio: Revisión de contenidos previos. Consultas y dudas sobre informe.</p> <p>Desarrollo: Exposición y discusión sobre elementos del marketing mix.</p> <p>Cierre: Actividad con preguntas finales de cierre. 4 horas (2 sesiones semanales)</p>	Actividad Asincrónica: Preparación de informe evaluación 2. 8 horas.	Evaluación 2. Informe: Modelo de Negocios (25%)
10	Producto y Precio	<p>Inicio: Revisión de contenidos previos. Introducción a producto & precio</p> <p>Desarrollo: Exposición y discusión sobre tipos de productos, proceso de creación de nuevos productos, calidad, metodologías de pricing.</p> <p>Cierre: Actividad con preguntas finales de cierre. 4 horas (2 sesiones semanales)</p>	Actividad Asincrónica: Preparación de material, lectura de bibliografía para sesión siguiente. 4 horas.	
11	Plaza & Promoción	<p>Inicio: Revisión de contenidos previos.</p>	Actividad Asincrónica: Preparación de material,	

		<p>Introducción a plaza & promoción</p> <p>Desarrollo: Exposición y discusión sobre canales de distribución, e-commerce, publicidad y CIM.</p> <p>Cierre: Actividad con preguntas finales de cierre. 4 horas (2 sesiones semanales)</p>	<p>lectura de bibliografía para sesión siguiente. 4 horas.</p>	
12	Plan de Marketing & Investigación de Mercados	<p>Inicio: Revisión de contenidos previos. Consultas y dudas sobre informe.</p> <p>Desarrollo: Discusión sobre elementos de la investigación de mercados</p> <p>Cierre: Actividad con preguntas finales de cierre. 4 horas (2 sesiones semanales)</p>	<p>Actividad Asincrónica: Preparación de informe evaluación 3. 8 horas.</p>	Evaluación 3. Informe: Plan de Marketing (25%)
13	Estimación de la demanda y proyecciones de ventas	<p>Inicio: Revisión de contenidos previos. Introducción estimaciones.</p> <p>Desarrollo: Exposición y discusión sobre estimaciones de demanda, métodos y proyecciones de ventas.</p> <p>Cierre: Actividad con preguntas finales de cierre.</p>	<p>Actividad Asincrónica: Preparación de material, lectura de bibliografía para sesión siguiente. 4 horas.</p>	

		4 horas (2 sesiones semanales)		
14	Evaluación financiera del proyecto	<p>Inicio: Revisión de contenidos previos. Introducción evaluación financiera.</p> <p>Desarrollo: Exposición y discusión sobre flujos de caja e indicadores financieros.</p> <p>Cierre: Actividad con preguntas finales de cierre. 4 horas (2 sesiones semanales)</p>	Actividad Asincrónica: Preparación de material, lectura de bibliografía para sesión siguiente. 4 horas.	
15	Planificación e implementación	<p>Inicio: Revisión de contenidos previos. Introducción a planificación y programación.</p> <p>Desarrollo: Exposición y discusión sobre planificación y programación. Aspectos legales de la creación de empresas.</p> <p>Cierre: Actividad con preguntas finales de cierre. 4 horas (2 sesiones semanales)</p>	Actividad Asincrónica: Preparación de material, lectura de bibliografía para sesión siguiente. 4 horas.	
16	2° Receso Académico			

17	Informe Final	Inicio: Consultas y dudas sobre informe. Desarrollo: Discusión sobre aspectos del informe. Cierre: Actividad con preguntas finales de cierre.	Actividad Asincrónica: Preparación de informe final. 10 horas.	Evaluación 4. Informe final (25%)
18	Cierre de la asignatura	Cierre de la asignatura. Resolución de casos pendientes		

IV. CONDICIONES Y POLÍTICAS DE EVALUACIÓN

Las evaluaciones se realizarán en grupos en base a un proyecto (ABPRo) que los estudiantes deben desarrollar durante el semestre. Los informes de avance y el informe final serán evaluados por medio de una rúbrica, la cual será socializada con los y las estudiantes de manera oportuna.

El desarrollo de este curso contempla el trabajo en equipos, los cuales serán determinados por los y las estudiantes, en cuanto a los integrantes. La cantidad máxima de integrantes de cada equipo será determinada según la cantidad total de participantes del curso.

Este curso contempla instancias de evaluación, las cuales son:

1. Evaluación 1: Presentación de la idea de negocio. (10%). Los estudiantes deben realizar una presentación de sus ideas de negocios respectivas, considerando un análisis del entorno, que les permita identificar oportunidades de mercado.
2. Evaluación 2: Informe de avance: Modelo de Negocios (25%). Los estudiantes entregan sus informes, considerando el modelo de negocios de su proyecto, utilizando la metodología CANVAS.
3. Evaluación 3: Informe de avance: Plan de Marketing (25%). Los estudiantes entregan sus informes, entregando detalles sobre el marketing mix y sus distintos componentes.
4. Evaluación 4: Informe final: Evaluación financiera y plan de negocio (25%). Los estudiantes entregan sus informes, incluyendo información y estimaciones de demanda, además de la evaluación financiera del proyecto.
5. Participación en las sesiones (15%). Dado el carácter práctico del curso, se espera una participación activa de los estudiantes en las distintas sesiones.

El rendimiento académico de los y las estudiantes será expresado en la escala de notas de 1,0 a 7,0 hasta con un decimal de aproximación. Las centésimas inferiores al dígito 5 no afectarán a la décima. Las centésimas iguales o superiores al dígito 5, se aproximarán a la décima superior. La nota mínima de aprobación será 4,0, con exigencia de un 60%.

La asignatura NO contempla examen por su carácter práctico.

V. BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS OBLIGATORIOS

- Best, R. J. (2007). Marketing estratégico. Madrid: Pearson Educación.
- Collis, D. & Rukstad, M. (2008). Can you say what your strategy is?. Harvard Business Review. 1-9
- Herrera, D. C. F. (2015). El modelo Canvas en la formulación de proyectos. Cooperativismo & desarrollo, 23(107).
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business model canvas. Self published. Last.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., Papadacos, 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.

VI. BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS COMPLEMENTARIOS

- 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.
- Porter, M. E. (1997). Competitive strategy. Measuring business excellence.
- Porter, M. E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. Harvard business review, 86(1), 78.
- Stonehouse, G., & Snowdon, B. (2007). Competitive advantage revisited: Michael Porter on strategy and competitiveness. Journal of Management Inquiry, 16(3), 256-273.
- Westwood, J. (2013). How to write a marketing plan. Kogan Page Publishers.
- Wood, M. B. (2003). The marketing plan handbook (p. 224). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.