

PLANIFICACIÓN DE CURSO

Segundo Semestre académico 2020 - Docencia Remota de Emergencia

I. ACTIVIDAD CURRICULAR Y CARGA HORARIA

Asignatura:	Taller de Negocios	Código: CO2115
Semestre de la Carrera:	IV	
Carrera:	Ingeniería Comercial	
Escuela:	Ciencias Sociales	
Docente(s):	Hugo Arancibia Santibáñez	
Ayudante(s):		
Horario:	Sección 1: martes, de 16:15 a 18:00 hrs. y miércoles, de 14:30 a 16:00 hrs. Sección 2: miércoles, de 16:15 a 18:00 hrs. y viernes, de 14:30 a 16:00 hrs.	

Créditos SCT:	4
Carga horaria semestral ¹ :	144 horas
Carga horaria semanal:	3 horas

Tiempo de trabajo sincrónico semanal:	3 horas
Tiempo de trabajo asincrónico semanal:	horas

II. RESULTADOS U OBJETIVOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS ESTE SEMESTRE

1)	Desarrollar un Modelo de Negocios
2)	Elaboración de un Plan de Negocios: Gestión Estratégica de un Negocios Gestión de Marketing de un Negocio Gestión Operativa de un Negocio Gestión de Personas de un Negocios Gestión Legal de un Negocio Gestión Financiera de un Negocio
3)	Habilidades para Trabajo en Equipo

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

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 sincrónico	Tiempo asincrónico (trabajo autónomo del o la estudiante)	
1 y 2	<i>Que es una Empresa:</i> 1. <i>Objetivos de una Empresa</i> 2. <i>Cadena Productiva de una Empresa</i> 3. <i>Tipos de Empresas</i> 4. <i>Que es un Empresario</i> 5. <i>Principios Empresariales</i>	2 semanas		
2 y 3	Modelo de Negocio •Modelo de Negocios Canvas 1. Clientes 2. Propuesta de Valor 3. Canales de Distribución 4. Relación con Clientes 5. Fuentes de Ingresos 6. Recursos Claves 7. Actividades Claves 8. Asociaciones Claves 9. Estructura y Costos Elaboración de Informe	2 semanas		

4	Creatividad, Innovación y Valor Agregado 1. Proceso de Creatividad 2. Niveles de Innovación 3. Aporte y significado del Valor Agregado	1 semana		
5 a 14	Plan de Negocios Aspectos Estratégicos Aspectos de Marketing Aspectos Operativos Aspectos de Gestión de Personas Aspectos Legal Aspectos Financiero	9 semanas		

IV. CONDICIONES Y POLÍTICAS DE EVALUACIÓN

Evaluación General :

1 Prueba escrita individual, 30 % ponderación.

4 Presentaciones grupales de Avance del Proyecto , 30 % ponderación

Presentación grupal de Proyecto final , 40 % ponderación .

V. BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS OBLIGATORIOS

- Guía Práctica para la Elaboración de un Plan de Negocio
- The Minto Pyramid Principle. Barbara Minto.
- La falsa ilusión del éxito. Dan Lovallo y Daniel Kahneman. Harvard Business Review.
- Las trampas ocultas de la toma de decisiones. J.Hammond, R.Keeney, H. Raiffa. Harvard Business Review.

VI. BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS COMPLEMENTARIOS

- "What You Don't Know About Making Decisions." Garvin, David A.; Roberto, Michael A. In Harvard Business Review, Case No. R0108G. Published 09/01/2001, Harvard Business School Publishing, (11 pag).
- How we decide, Jonah Lehrer